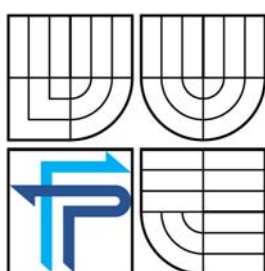


**VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ**  
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



**FAKULTA PODNIKATELSKÁ**  
**ÚSTAV MANAGEMENTU**

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT  
INSTITUT OF MANAGEMENT

# **PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR NA ZALOŽENÍ REALITNÍ KANCELÁŘE**

BUSINESS PLAN FOR CREATING NEW ESTATE AGENCY

**DIPLOMOVÁ PRÁCE**

MASTER'S THESIS

**AUTOR PRÁCE**

AUTHOR

**Bc. IRENA KŘESALOVÁ**

**VEDOUCÍ PRÁCE**

SUPERVISOR

**Prof. Ing. PETR NĚMEČEK, DrSc**

BRNO 2008

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Křesalová Irena, Bc.

Řízení a ekonomika podniku - dobíhající (6208T097)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává diplomovou práci s názvem:

**Podnikatelský záměr na založení realitní kanceláře**

v anglickém jazyce:

**Business plan for creating new estate agency**

Pokyny pro vypracování:

Úvod  
Vymezení problému a cíle práce  
Teoretická východiska práce  
Analýza problému a současně situace  
Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení  
Závěr  
Seznam použité literatury  
Přílohy

Podle § 60 zákona č. 121/2000 Sb. (autorský zákon) v platném znění, je tato práce "Školním dílem". Využití této práce se řídí právním režimem autorského zákona. Citace povoluje Fakulta podnikatelská Vysokého učení technického v Brně. Podmínkou externího využití této práce je uzavření "Licenční smlouvy" dle autorského zákona.

### Seznam odborné literatury:

BARROW, C. Zakladny drobneho podnikani. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1990. 200 s. ISBN 80-7169-232-8.  
FOTR, J. Podnikatelský plán a investiční rozhodování. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. 214 s. ISBN 80-901524-158-17.  
FOTR, J. Jak připravit optimální podnikatelský projekt. 1. vyd. Praha: EUROVIA, 1992. 117 s. ISBN 80-901186-0-7.  
KOTLER, P.: Marketing management. Přel. V. Dolanský. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1995. 789 s. ISBN 80 - 85424 - 83 - 5  
BANGS, D. H. Průvodce podnikatelským plánováním. 1. vyd. Praha: Pragma, 1996. 116s.  
WÜPERFELD, U. Podnikatelský plán pro úspěšný start. 1. vyd. Praha: Management Press, 2003. 159 s. ISBN 80-7261-075-9

Vedoucí diplomové práce: prof. Ing. Petr Němeček, DrSc.

Termín odevzdání diplomové práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2007/08.



PhDr. Irena Šimberová, Ph.D.

Ředitel ústavu

doc. Ing. Miloš Koch, CSc.

Děkan fakulty

V Brně, dne 5. 12. 2007

**LICENČNÍ SMLOUVA**  
**POSKYTOVANÁ K VÝKONU PRÁVA UŽÍT ŠKOLNÍ DÍLO**

uzavřená mezi smluvními stranami:

**1. Pan/paní**

Jméno a příjmení: Bc. Irena Křesalová  
Bytem: Raisova 9, 79601, Prostějov  
Narozen/a (datum a místo): 21.7.1983, Prostějov

(dále jen "autor")

a

**2. Vysoké učení technické v Brně**

Fakulta podnikatelská  
se sídlem Kolejní 2906/4, 61200 Brno 12  
jejímž jménem jedná na základě písemného pověření děkanem fakulty:  
PhDr. Iveta Šimberová, Ph.D.

(dále jen "nabyvatel")

**Článek 1**  
**Specifikace školního díla**

1. Předmětem této smlouvy je vysokoškolská kvalifikační práce (VŠKP):

- ☐ disertační práce
- ☒ diplomová práce
- ☐ bakalářská práce

jiná práce, jejíž druh je specifikován jako .....

(dále jen VŠKP nebo dílo)

Název VŠKP: Podnikatelský záměr na založení realitní kanceláře

Vedoucí/školicí VŠKP: prof. Ing. Petr Němeček, DrSc.

Ústav: Ústav managementu

Datum obhajoby VŠKP: LEDEN 2008

VŠKP odevzdal autor nabyvateli v:

- ☒ tištěné formě - počet exemplářů 1
- ☒ elektronické formě - počet exemplářů 1

2. Autor prohlašuje, že vytvořil samostatnou vlastní tvůrčí činností dílo shora popsané a specifikované. Autor dále prohlašuje, že při zpracovávání díla se sám nedostal do rozporu s autorským zákonem a předpisy souvisejícími a že je dílo dílem původním.
3. Dílo je chráněno jako dílo dle autorského zákona v platném znění.
4. Autor potvrzuje, že listinná a elektronická verze díla je identická.

**Článek 2**  
**Udělení licenčního oprávnění**


1. Autor touto smlouvou poskytuje nabyvateli oprávnění (licenci) k výkonu práva uvedené dílo nevýdělečně užit, archivovat a zpřístupnit ke studijním, výukovým a výzkumným účelům včetně pořizování výpisů, opisů a rozmnoženin.
2. Licence je poskytována celosvětově, pro celou dobu trvání autorských a majetkových práv k dílu.
3. Autor souhlasí se zveřejněním díla v databázi přístupné v mezinárodní síti
  - ☒ ihned po uzavření této smlouvy
  - ☐ 1 rok po uzavření této smlouvy
  - ☐ 3 roky po uzavření této smlouvy
  - ☐ 5 let po uzavření této smlouvy
  - ☐ 10 let po uzavření této smlouvy(z důvodu utajení v něm obsažených informací)
4. Nevýdělečné zveřejňování díla nabyvatelem v souladu s ustanovením § 47b zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění, nevyžaduje licenci a nabyvatel je k němu povinen a oprávněn ze zákona.

**Článek 3**  
**Závěrečná ustanovení**

1. Smlouva je sepsána ve třech vyhotoveních s platností originálu, přičemž po jednom vyhotovení obdrží autor a nabyvatel, další vyhotovení je vloženo do VŠKP.
2. Vztahy mezi smluvními stranami vzniklé a neupravené touto smlouvou se řídí autorským zákonem, občanským zákoníkem, vysokoškolským zákonem, zákonem o archivnictví, v platném znění a popř. dalšími právními předpisy.
3. Licenční smlouva byla uzavřena na základě svobodné a pravé vůle smluvních stran, s plným porozuměním jejímu textu i důsledkům, nikoliv v tísní a za nápadně nevýhodných podmínek.
4. Licenční smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami.

V Brně dne: .....

.....  
Nabyvatel

  
.....  
Autor

## **Anotace**

Diplomová práce se zabývá problematikou založení firmy a to realitní kanceláře REALITY-KOM. Cílem práce je návrh založení firmy, charakteristika a analýza prostředí a trhu, ve kterém zakládaná firma působí z hlediska teorie a následné návrhové řešení ve formě podnikatelského záměru.

### **Klíčová slova**

analýza, podnikatelský záměr, realitní kancelář, založení firmy, REALITY-KOM, konkurence

## **Summary**

My graduation thesis deals with the floatation of a new estate agency, called REALITY-KOM. The objective of my thesis is to create the company characteristics of the surrounding area and analyse the market company will be starting up in and formulate a business plan for the company.

### **Key words**

analyse, business plan, estate agency, floatation a company, REALITY-KOM, competition

## **Bibliografická citace mé práce**

KŘESALOVÁ, I. *Podnikatelský záměr na založení realitní kanceláře*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2008. 81 s. Vedoucí diplomové práce prof. Ing. Petr Němeček, DrSc

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci Podnikatelský záměr na založení realitní kanceláře vypracovala samostatně pod vedením Prof. Ing. Petra Němečka DrSc. a uvedla v seznamu literatury všechny použité literární a odborné zdroje

V Brně dne 10. ledna 2008

.....

podpis

## **Poděkování**

Děkuji panu Prof. Ing. Petru Němečkovi DrSc. za cenné připomínky a odborné rady, kterými přispěl k vypracování této diplomové práce a také mé rodině a přátelům za psychickou podporu.

# **OBSAH**

<b>ÚVOD .....</b>	<b>10</b>
<b>1 VYMEZENÍ PROBLÉMU, CÍL DIPLOMOVÉ PRÁCE.....</b>	<b>11</b>
<b>2 TEORETICKÝ PŘÍSTUP K ŘEŠENÍ .....</b>	<b>12</b>
2.1 Vymezení termínu podnikatelský záměr .....	12
2.2 Popis projektu .....	14
2.2.1 Předmět podnikání .....	14
2.2.2 Firma a její záměr .....	15
2.2.3 Služby .....	16
2.2.4 Strategie vzniku a rozvoje.....	16
2.3 Průzkum a analýza podnikatelského prostředí .....	17
2.3.1 Analýza obecného okolí- PEST.....	18
2.3.2 Analýza oborového okolí-Porterova analýza .....	20
2.3.3 Analýza SWOT.....	22
2.4 Marketingový plán .....	24
2.5 Organizační plán .....	26
2.6 Důležité údaje pro OSVČ .....	26
2.7 Analýza rizik .....	27
<b>3 VLASTNÍ ŘEŠENÍ PODNIKATELSKÉHO NÁVRHU .....</b>	<b>29</b>
3.1 Analýza problému a podnikatelského sektoru .....	29
3.1.1 Analýza obecného okolí- PEST.....	29
3.1.2 Analýza konkurence- Porterův model .....	40
3.1.3 Analýza silných a slabých stránek, hrozeb a příležitostí.....	43
3.2 Obchodní plán .....	48
3.2.1 Charakteristika společnosti .....	49
3.2.2 Forma podnikání.....	49
3.2.3 Předmět podnikání .....	50
3.2.4 Popis podniku .....	50
3.3 Marketingový plán .....	51
3.3.1 Produkt .....	51



3.3.2	<i>Cena</i>	52
3.3.3	<i>Marketingová komunikace</i>	53
3.3.4	<i>Místo poskytování služby</i>	53
3.4	<i>Organizační plán</i>	56
3.5	<i>Finanční plán</i>	56
3.5.1	<i>Zakladatelský rozpočet</i>	57
3.5.2	<i>Plánová rozvaha</i>	58
3.5.3	<i>Plánový výkaz zisků a ztráty</i>	59
3.5.4	<i>Výkaz Cash-Flow</i>	60
<b>4</b>	<b>ZHODNOCENÍ PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU</b>	<b>61</b>
4.1	<i>Jednotlivé kroky realizace – harmonogram</i>	61
4.2	<i>Stanovení rizik</i>	62
<b>5</b>	<b>ZÁVĚR</b>	<b>64</b>
	<i>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</i>	67
	<i>SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK</i>	69
	<i>SEZNAM VLOŽENÝCH OBRÁZKŮ</i>	70
	<i>SEZNAM VLOŽENÝCH TABULEK</i>	70
	<i>SEZNAM PŘÍLOH</i>	71

# ÚVOD

Podmínkou cílevědomého podnikání v jakémkoli oboru je vytvoření reálného a přesvědčivého podnikatelského plánu, zejména v případech, kdy se podnik chce ucházet o přízeň poskytovatelů kapitálu (investorů, bank). Při zakládání podniku je sestavení podnikatelského plánu jednou z klíčových činností. Podnikatelský plán slouží nejen podnikateli a jeho zaměstnancům, ale také externím subjektům při posuzování životaschopnosti firmy.

Zpracování podnikatelského plánu má rozhodující význam zejména pro začínající podnikatele nebo při zakládání nového podniku. Začínajícímu podnikateli nebo podnikateli připravujícímu zahájení nového podnikatelského projektu pomůže příprava podnikatelského plánu ujasnit si a kriticky přezkoumat cíle a strategie vlastního podnikání, přesně vymezovat podnikatelský záměr (produkt, předmět podnikání) a jeho přednosti, promyslet personální zajištění realizace podnikatelského záměru, vymezit vlastní trh, identifikovat cílové skupiny i konkurenty, formulovat představu o dalších krocích budování podniku a jeho růstových fázích a při tvorbě jednotlivých finančních plánů (plánování obratu, hospodářského výsledku a financování) mu poskytne příležitost zamyslet se také nad zásadními finančními aspekty nového podnikatelského záměru. [1]

# **1 Vymezení problému, cíl diplomové práce**

Tato diplomová práce představuje podnikatelský plán pro založení nové firmy. Podnikatelský záměr je zaměřen na nalezení tržní příležitosti a konkurenční výhody oproti stávající konkurenci. Návrh podnikatelského záměru vychází z analýzy současného stavu oboru, ze zkušeností z oboru a ze shromážděných informací.

Hlavním cílem této diplomové práce je zpracování podnikatelského záměru na založení realitní kanceláře REALITY-KOM.

V této práci budu formulovat následující cíle:

- definice poslání podniku a jeho cíle
- analýza současné situace v oboru
- analýza konkurence, zákazníků
- shromáždění potřebných informací a poznatků pro kvalitní zpracování podnikatelského záměru
- zpracování podnikatelského záměru
- provedení ekonomického zhodnocení projektu

## **2 Teoretický přístup k řešení**

V této části se budu zabývat z teoretického hlediska vymezením termínu podnikatelský záměr, popisem projektu, marketingový plánem, organizačním plánem, důležitými údaji pro OSVČ a analýzou rizik.

### **2.1 Vymezení termínu podnikatelský záměr**

Podnikatelský záměr by měl být podkladem každého podnikání. Podnikatel si v tzv. business plánu ujasní svůj podnikatelský záměr a zároveň si vyjasní svou pozici v existujícím podnikatelském prostředí, díky čemuž může významně snížit pozdější podnikatelská rizika. Samotnému podnikání by měl předcházet nejen dobrý nápad ale i pečlivé zvážení vstupu do podnikání.

Obrovskou chybou mnoha začínajících podnikatelů jsou příliš obyčejné nápady, které jsou bez jakéhokoliv důvtipu, vynalézavosti a originality. Inovace jsou velmi důležitým základem, hybatelem tržní ekonomiky a ten, kdo přichází s novými inovativními, zajímavými i vtipnými nápady, bude mít dosti zákazníků i bez vynaložení vysokých investic do reklamy. [3]

Důležitým faktorem k úspěšnému nápadu na podnikání je rozhled, čím je větší, tím větší bývá šance přijít na něco nového. Ale i bez velkých zkušeností a znalostí je šance uspět. Ten opravdu nejlepší nápad k vám musí přijít sám, racionální a logické úvahy samy o sobě nestačí. Je zřejmé, že takový nápad nepřijde hned, ale nesmíte být zklamáni, je třeba vytrvat týdny, někdy i měsíce. Někdy pomůže si tzv. vyčistit mysl, nebo ji také před spánkem nabádat ke kreativitě, což jde nejlépe v čase před usnutím [1]

Podnikatelský záměr je dokument, který by měl obsahovat všechny základní stanoviska podnikání. Podnikatelský záměr je dokument, který by měl být zpracován nejen před začátkem podnikání, ale i v průběhu, např. při plánované změně v podniku.

Podnikatelský plán nám neslouží jen pro naše investory a banky, ale s tímto dokumentem můžeme srovnávat své plánované záměry s realitou, tímto můžeme včas pozměnit nebo úplně změnit svou strategii a tím také předcházet nebo významně snižovat podnikatelská rizika. [9]

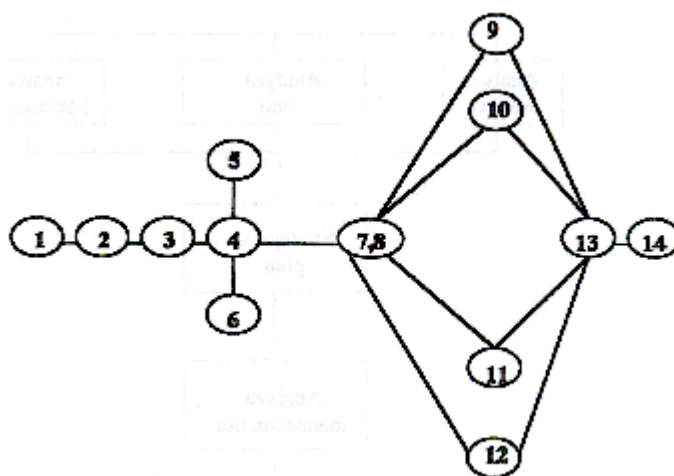
Podnikatelský plán by měl obsahovat:

- charakteristika subjektu
- charakteristika výrobků a služeb
- finanční náklady projektu
- výdaje na realizaci projektu
- silné a slabé stránky projektu
- management, organizace a lidské zdroje
- marketing ( konkurence, propagace, cenová politika, dodavatelé, odběratelé)
- zhodnocení [3]

### Postup při vypracovávání podnikatelského záměru

Před samotným vypracováním podnikatelského plánu specifikujeme oblasti týkající se našeho podnikání. Na tomto místě odlišme plánování jako činnost a plán, jako výsledek této činnosti. Oba pojmy spolu úzce souvisí, ale metodicky i prakticky je třeba je od sebe odlišovat.

Obr. č.1: Postup při vypracování podnikatelského záměru [15]



1. Rozhodnutí začít podnikat
2. Analýza společnosti ( právní rámec podnikání )
3. Výběr produktu ( služeb )
4. Průzkum trhu ( analýza trhu )
5. Předpověď tržeb ( obratu )
6. Výběr sídla firmy ( prostory pro poskytování služeb )
7. Vypracování výrobního plánu
8. Vypracování marketingového plánu
9. Vypracování organizačního plánu
10. Vypracování personálního plánu
11. Vypracování účetního plánu podnikatelského záměru
12. Vypracování administrativního plánu
13. Vypracování finančního plánu
14. Vypracování podnikatelského záměru [19]

## **2.2 Popis projektu**

Do popisu projektu můžeme zahrnout zejména předmět podnikání, záměr firmy, výrobky či služby, strategii vzniku a rozvoje firmy.

### **2.2.1 Předmět podnikání**

Předmět podnikání charakterizuje firmu v pohledu, zda jde o obchod, výrobní podnik, podnik služeb, do jakého oboru ji lze zařadit atd.

Předmět podnikání v sektoru služeb specifikuje účel služby a dává představu o:

- činnostech potřebných k jejímu provádění
- potřebě adekvátního vybavení provozovny
- kvalifikačních a kvantitativních nárocích přímo spojených s výkonem služby
- materiálových nárocích [4]

Tato část podnikatelského záměru by měla být věnována především popisu toho

v čem budete podnikat a jaké máte cíle vzhledem k tomuto podnikání a především trhu ve kterém budete podnikat. Této části je nutno věnovat velkou pozornost, protože zde vysvětlíte účel svého podnikání a také reálnost podnikatelské myšlenky. Obsahem by tedy mělo být:

- obsah podnikání – v čem budu podnikat – výrobek, služba
- stádium rozvoje firmy – zda je firma ve stádiu startu či rozvoje
- mise firmy – co je mým základním cílem na trhu, co hodlám na trhu nabídnout – například společnost KFC má jako svou misi „Vše z kuřete“
- organizačně právní forma podnikání – zde je nutno uvést, zda půjde o fyzickou či právnickou osobu [7]

### **2.2.2 Firma a její záměr**

Představení firmy {historie firmy) - základní informace o firmě a pokud nejde o firmu nově vznikající, tak také její historie a současnost. Základní informace o firmě by měly obsahovat název firmy, logo firmy (pokud je, či bude používáno), IČ (identifikační číslo, přiděluje Živnostenský úřad), majitel či majitelé firmy, sídlo firmy, provozovna firmy (pokud není provozovnou sídlo), předmět podnikání, počet zaměstnanců, kontakty.

- účel podnikatelského záměru - za jakým účelem je podnikatelský záměr zpracováván [15]

Podnikatelský záměr může být vypracováván například pro tyto účely:

- zahájení podnikání
- získání dotace od ÚP pro zahájení podnikání
- získání úvěru od banky
- získání investora atd.

### **2.2.3 Služby**

V této části by mělo být poukázáno na to, co bude firma nabízet, prodávat.

- charakteristika produktu (služby) - popis produktu či služby, která bude na trhu nabízená, vypsát veškerý sortiment
- přiložit brožury, nabídkové listy, letáky - k lepší názornosti je možné použít brožury, nabídkové listy, letáky, ceníky, www stránky apod.[15]

### **2.2.4 Strategie vzniku a rozvoje**

V této části jde o popis jednak vlastníka firmy (u fyzické osoby je to sám podnikatel), tak personálu, nebo-li pracovníků firmy. Tento popis je možné udělat z pohledu současného stavu, tedy jaké pracovníky mám nyní, nebo z pohledu budoucnosti, jaké pracovníky budu přijímat.

Obsahově by to mělo vypadat asi takto:

- popis vlastníka (vzdělání, praxe, znalosti, dovednosti a funkce ve firmě)
- popis personálu ( pozice ve firmě, vzdělání, praxe, znalosti a dovednosti)
- dále popis místa (stanoviště firmy), kde se bude podnikání provozovat. Zde mělo být uvedeno: adresa místa, orientační body, otevírací doba, možnost parkování, mapa atd.[8]

Poslední bod této části by měl popsat organizaci firmy. Jednoduše řečeno, jak bude firma fungovat po stránce organizační a manažerské ( kdo firmu povede, kdo bude prodávat, kdo bude vyrábět (produkovat výrobek či službu), kdo se bude starat o účetnictví a ekonomii, jak bude zajištěna provozní doba firmy, kdo se bude starat o marketing firmy).



## 2.3 Průzkum a analýza podnikatelského prostředí

Průzkum trhu můžeme definovat jako činnost, prostřednictvím které zjišťujeme stav a vývoj zkoumaného trhu. Cílem průzkumu trhu, do kterého se naše firma chystá vstoupit je vytvoření předpokladů pro předvídání budoucího vývoje poptávky, potřeb a požadavků zákazníků na trhu, i chování konkurence. Průzkum trhu můžeme realizovat:

➤ z kanceláře

Při průzkumu takovýmto způsobem pracujeme s informacemi, které jsou ve zkoumaném podniku nebo mimo tento podnik obvykle běžně k dispozici. Informace stačí utřídit, zpracovat a vyhodnotit. Lze tak odhadovat změny ve spotřebě, výkyvy prodeje dle různých období roku, životnost výrobků, propagace a její účinnost, pracovat s přehledy cen. Z uvedeného tedy vyplývá, že menší rozbor, tzv. od stolu může zvládnout v menších firmách jediný pracovník či oddělení. Rozsáhlejší, hlubší odborné analýzy ale nejlépe zpracují firmy, které jsou na tuto činnost specializované.

➤ v terénu

Průzkum trhu v terénu se zaměřuje zejména na chování zákazníků, chování konkurence a zboží. Při zkoumání chování zákazníka se sledují motivy nákupního chování, tedy proč a jak často zákazníci nakupují, jestli prodávané výrobky splňují jejich potřeby a přání, jaké jsou nákupní zvyklosti, zda dochází k reklamám, jaká je kupní síla zákazníků. Jinak řečeno, je třeba se snažit najít odpověď na otázky co a kde se má prodávat, komu, kolik, kdy, jak a za kolik se má prodávat. [20]

Při průzkumu konkurence a jejího chování zjišťujeme, jaké metody konkurence používá, jestli plánuje rozšíření nebo omezení nabídky zboží či služeb, zda inovuje výrobky nebo výrobní program, ceny svých výrobků a služeb, jaké další služby nabízí zákazníkům při prodeji výrobků a služeb. Zjišťujeme vlastnosti, vzhled, kvalitu, cenu, balení a podobné vlastnosti zboží. Pokud se chcete sami pustit do takového průzkumu, bude možná lepší skončit podnikání, protože by vám na něj nezbyl čas. Je to velice

náročná a odborná práce, kterou je zcela jistě lepší přenechat firmě, která se průzkumy trhu zabývá.

Nemalý význam pro průzkum trhu má poptávka a její prozkoumání, kterou ovlivňuje řada činitelů, jako například cena výrobku či služby, cena doplňkových výrobků, zájmy a zvyky kupujících, podpora prodeje. Při jakýchkoliv změnách těchto činitelů se poptávka mění, což se nazývá jako pružnost poptávky. Cenovou pružnost poptávky pak můžeme definovat jako závislost poptávky na změně ceny výrobku.

Podmínkou úspěšné strategie budoucího rozvoje podniku je provedení strategické analýzy, která zahrnuje především analýzu obecného okolí podniku, SWOT analýzu, analýzu oborového okolí podniku a vnitřního prostředí podniku. Analýza sama o sobě ještě neznamená pochopení. Je pro něj předpokladem, ale nutně k němu nevede. Pochopení je ještě důležitější.[20]

### **2.3.1 Analýza obecného okolí- PEST**

Každý podnik je ovlivněn okolím, jeho charakterem, v němž se nachází a působí. Za klíčové faktory makrookolí jsou považovány politické, legislativní, ekonomické, sociální, technické a technologické faktory makrookolí. Analýza, která rozděluje vlivy makrookolí na čtyři základní skupiny, se nazývá PEST analýza. Základním úkolem této analýzy je identifikovat oblasti, jejichž změna by mohla být významná na dopad podniku a odhadovat, jaké změny by mohly v těchto oblastech nastat. Tyto změny mohou mít významný vliv na konkurenční pozici podniku na trhu a signalizují tzv. potenciální potřebu změny strategie. Také upozorňují podnik na příležitosti a varují před možnými riziky.

Podobná jako analýza PEST je analýza SLEPT, která analyzuje navíc legislativu. [21]

Zabývat se budu pouze metodou PEST, která zahrnuje faktory politické, ekonomické, sociokulturní a technologické.

➤ politické faktory

Podnik je ovlivňován nejen zákony a nařízeními ze strany státu, ale i celá politickou situací v zemi. Nestabilita v této oblasti by znamenala nedůvěru investorů a zvyšování nákladů častými změnami legislativy.

➤ ekonomické faktory

Veličiny z ekonomické oblasti bývají rozhodujícími prvky pro vytvoření celkového prostředí. Pro podnik jsou důležité, někdy i rozhodující především daňové sazby. Podnik ovšem ovlivňují i další ukazatele jako např. inflace, nezaměstnanost apod.

➤ sociálně – kulturní faktory

Tyto faktory ovlivňují chování zákazníků, obchodních partnerů a zaměstnanců. Patří sem například životní styl, úroveň vzdělanosti, tradice a náboženství.

➤ technologické a technické faktory

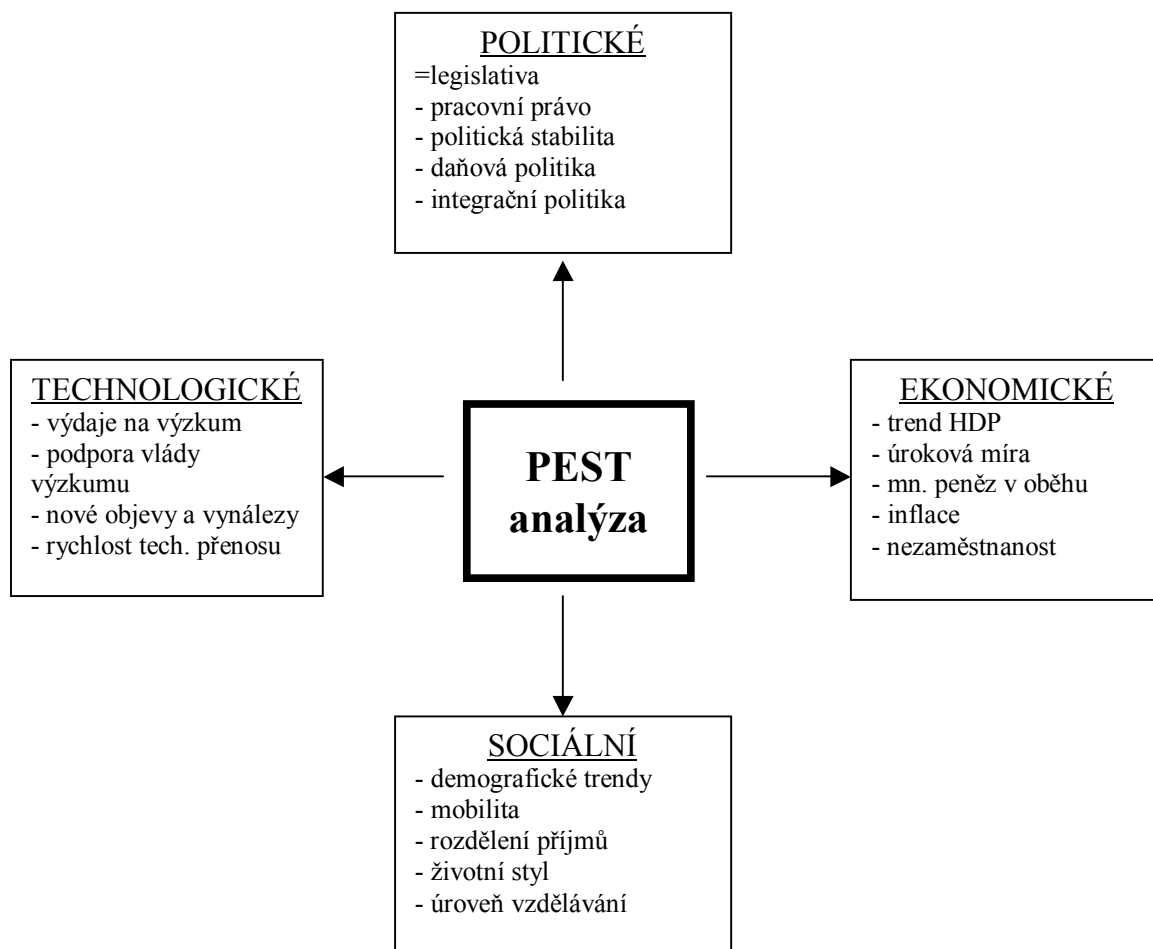
Tato oblast bývá velmi často rozdělena do dvou skupin. První oblast je tzv. technologický rozvoj, který se týká samotného produktu nebo služby. Pokud se stane, že podnik nesleduje vývoj, kterým se daný sektor ubírá, mohlo by dojít k poklesu prodeje v důsledku přesunu poptávky k technologicky pokročilejším výrobkům. Druhá oblast je tzv. technologický vývoj, který se týká způsobu produkce, který by mohl přinést podniku konkurenční výhodu.

➤ ekologické faktory

Přestože tyto faktory již nejsou obvykle zahrnovány do tzv. PEST analýzy, jejich důležitost stále narůstá. Důležité je hlavně dbát na plnění norem, které se stále zpřísnují, stanovených za účelem ochrany životního prostředí.

Tato oblast je také zároveň dobrou příležitostí. Můžeme říci, že lidé začínají brát informace o zhoršujícím se životním prostředí více vážně a začínají preferovat šetrné produkce a výrobky. [21]

Obr. č.2 : PEST analýza vlivu prostředí



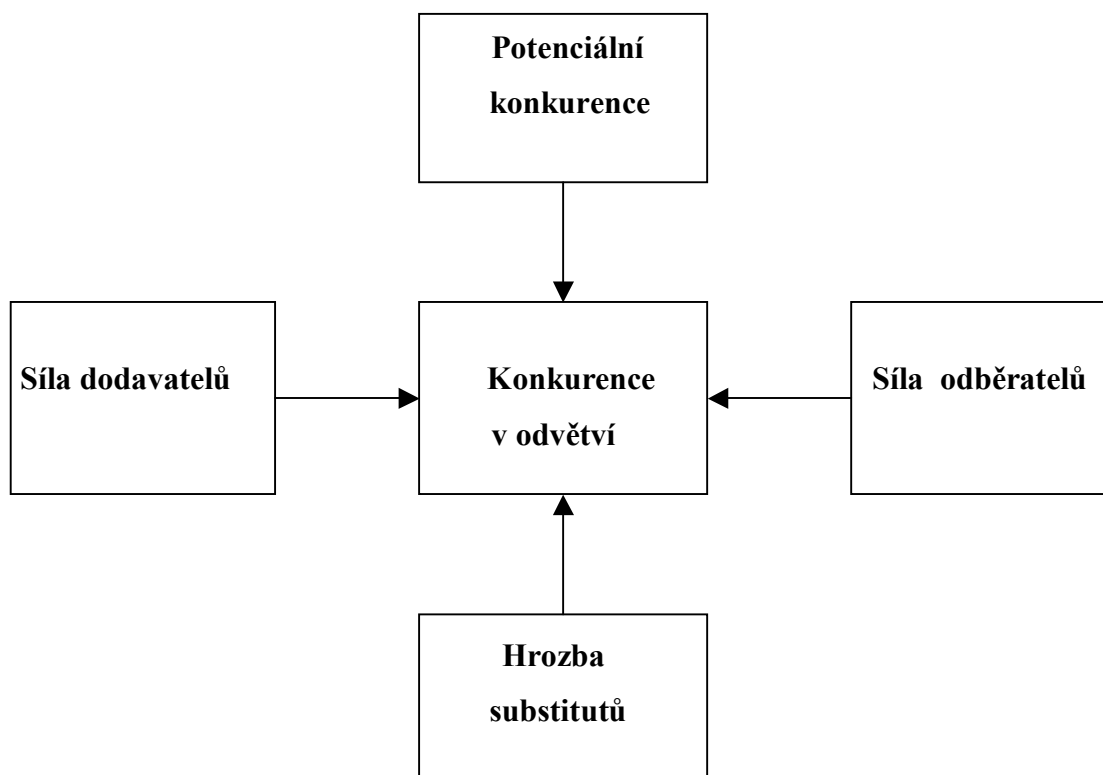
### 2.3.2 Analýza oborového okolí-Porterova analýza

Analýza oborového okolí představuje průzkum podmínek tržní oblasti, ve které se podnik vyskytuje. K analýze oborového okolí podniku lze využít tzv. Porterův pětifaktorový model konkurenčního prostředí. Michael Porter, tvůrce tohoto modelu uvedl tento model poprvé v roce 1979. Zobrazuje přitažlivost a pozici každého odvětví v rozmezí dokonalé konkurence - monopol.

Porterův pětifaktorový model zohledňuje vyjednávací sílu zákazníků, dodavatelů, hrozbu vstupu nových konkurentů, substituce a rivalitu.

- je důležité zjistit, kdo jsou naši potenciální zákazníci a jakou mají kupní sílu. Je užitečné získat informace o tom, jakou mají zákazníci představu o výrobcích a službách a jaké potřeby chtějí uspokojovat prostřednictvím těchto výrobků či služeb. Tyto dva údaje nám umožní případnou inovaci výrobku, zvýšit přidanou hodnotu (zákazník nemusí být obeznámen s výrobními technologiemi a proto jeho představa o výrobku je pouze podmnožinou uspokojovaných potřeb, přičemž platí, že čím menší je jejich průnik, tím větší vzniká prostor pro vytvoření zcela nového inovovaného produktu).
- velká nestabilita zákazníků může být pro nás výhodná například ve formě získávání odbytu prostřednictvím marketingu, ale může nám také přinášet velké nevýhody, jako jsou problematické plánování výroby, možnost odchodu ke konkurenci. Je proto velmi důležité zjistit, jaké faktory na zákazníka působí a tomu přizpůsobit i strategii.
- dodavatelé do značné míry určují cenu produkce, jedná se tedy o cenotvorný faktor. Je proto přínosné najít požadovanou rovnováhu mezi dodavatelskými náklady v únosné míře a zajištěním plynulosti výroby. Je velmi důležité si uvědomit, že přílišná závislost na jednom, i když doposud spolehlivém dodavateli, může přinést problémy v budoucnosti. V této oblasti mají malí a střední podnikatelé značnou nevýhodu pro svoji velmi často omezenou vyjednávací sílu, hlavně kvůli menším odběrům, a nedokážou tedy vyjednávat množstevní slevy.
- hrozba vstupu nových konkurentů a substitutů je zamezitelná například dodatečným vytvářením volných kapacit nebo cenových rezerv. Pokud na trh vstoupí nový výrobce, lze pak reagovat mnohem pružněji, než v případě nepřipravenosti[21]

Obr. č.3: Porterův model konkurenčního prostředí



### 2.3.3 Analýza SWOT

Chce-li firma úspěšně strategicky plánovat, je důležité aby měl management firmy kompletní přehled o okolním prostředí a vnitřních možnostech organizace. Analýza SWOT, tedy analýza silných a slabých stránek podniku, slouží k poznání organizačního prostředí a interních možností podniku. Jedná se o komplexní metodu kvalitativního vyhodnocení veškerých podstatných stránek fungování firmy, její současné pozice na trhu, popř. problémů, řešení, projektů apod. Je silným nástrojem pro celkovou analýzu vnitřních i vnějších činitelů. Analýzou vzájemného působení jednotlivých faktorů silných a slabých stránek na jedné straně a vůči příležitostem a nebezpečím na straně druhé můžeme získat nové kvalitativní informace, které charakterizují a hodnotí úroveň jejich vzájemného střetu.

Jádro této metody spočívá v posouzení a ohodnocení jednotlivých faktorů, které jsou členěny do 4 základních skupin: faktory vyjadřující silné nebo slabé vnitřní stránky

organizace a faktory vyjadřující příležitosti a nebezpečí jako vlastnosti vnějšího prostředí.[21]

SWOT je zkratkou slov z angličtiny:

- **S = Strengths = silné stránky podniku** ( umožňují podniku získat převahu nad konkurenty, může to například být : přístup ke kvalitnějším materiálům, dobré finanční vztahy, vyspělá technologie, vyspělý tým managerů ).
- **W = Weaknesses = slabé stránky podniku** ( negativní vnitřní podmínky, které mohou vést k nižší organizační výkonnosti, například: neúměrné finanční zatížení, morálně zastaralé stroje nebo manažeři s neodpovídajícími strategickými schopnostmi ).
- **O = Opportunities = příležitosti ve vnějším prostředí** ( současné nebo budoucí podmínky, které by mohl podnik využít ve svůj prospěch, by měly být posuzovány s ohledem na budoucnost ).
- **T = Threats = hrozby z vnějšího prostředí** ( současné nebo budoucí podmínky, které jsou nepříznivé současným nebo budoucím výstupům organizace, například: vstup silného konkurenta na trh, pokles počtu zákazníků nebo legislativní změny ).

Analýza SWOT vychází z předpokladu, že organizace dosáhne strategického úspěchu maximalizací předností a příležitostí a minimalizací nedostatků a hrozeb. Analýza SWOT je pro tvůrce strategických plánů užitečná v mnoha směrech :

- poskytuje manažerům logický rámec pro hodnocení současné a budoucí pozice jejich organizace. Z tohoto hodnocení mohou manažeři usoudit na strategické alternativy, které by mohly být v jejich situaci ty nejvhodnější.

- může být prováděna periodicky, aby manažery informovala o tom, které interní nebo externí oblasti nabyly nebo naopak ztratily na významu vzhledem k podnikovým činnostem.
- vede ke zlepšené výkonnosti organizace.

V dnešní době je možné SWOT analýzu zpracovat i na počítači pomocí softwarového programu SWOT'ALL. Tento program používá ke zpracování údaje z databází firem z programu FIRM'All a databází výrobních oborů. Jako základní údaje slouží objektivní faktory, které vždy označují příslušnou oblast silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Tyto faktory jsou definovány prostřednictvím odborníků zodpovědných za jednotlivé funkční oblasti řízení výroby firmy apod. Program pak prostřednictvím použitého součtu a průměrování tyto data jednoduchým způsobem objektivizuje. Až poté jsou provedeny ostatní zbývající propočty. Podle toho, jak přísné chceme provést hodnocení, můžeme nastavit mezní oblasti a tolerance pro hodnocení faktorů, nebo další možnosti je dle způsobu, jakým byly stanoveny jednotlivé faktory.[21]

## 2.4 Marketingový plán

Marketingový plán je nástroj, jehož prvořadým cílem je vylepšit obchodní výsledky, a to prostřednictvím realizace efektivních marketingových aktivit. Jeho příprava je proto pro malé firmy kriticky důležitá.

Marketingový plán je velmi důležitý a musí obsahovat vysvětlení, jakým způsobem budou výrobky oceňovány (cena), distribuovány, prodávány a propagovány. Dnes potenciální investoři (např. banky) považují dobrý marketingový plán za součást jakési garance dobrého fungování podniku a tím i návratnosti uložených investic. Marketingový plán by měl obsahovat i svůj vlastní rozpočet. [6]

- způsob a plán prodeje - jakým způsobem budou produkty (výrobky či služby) prodávány a v jakém časovém harmonogramu, zamyšlení také nad sezónností našich produktů.



- podpora prodeje - musíme zákazníka informovat o nově vzniklé firmě, či o nových produktech. Nesmíme zapomenout také na popis činností, které hodláme realizovat pro udržení zákazníka. Může jít o bonusy, slevy, soutěže atd. Nejlepší zákazník je stálý zákazník.
- bod zvratu - při jakém počtu klientů či při jaké výši tržeb nebude mít naše firma ani zisk, ani ztrátu. Neboli tržby Vaší firmy pokryjí její náklady.

Základním cílem každé firmy je být úspěšnou na daném trhu, ve kterém působí. Velikost podílu marketingového přístupu na tomto úspěchu firmy není jistě třeba zdůrazňovat. Je to právě marketingový plán, který udává základní směr marketingového snažení firmy. Je klíčovým nástrojem pro řízení a koordinování veškerých marketingových činností ve firmě. Marketingový plán zachycuje výsledky marketingového plánování, které vychází z cílů a strategií, které si podnik stanoví. Spojuje potřeby a požadavky zákazníků se schopnostmi a možnostmi firmy. [6]

V marketingovém plánu sestavujeme marketingové cíle, musíme:

- si uvědomit souvislosti mezi cíli firmy a přípravou marketingového plánu jako nástroje k jejich dosažení
- se přesvědčit, jaké výhody nám přinese sestavení marketingového plánu pro firmu,
- si osvojit kroky a metody marketingového plánování, které vedou k tvorbě marketingového plánu,
- použít získané dovednosti a znalosti při zpracování marketingového plánu své firmy. [15]

## **2.5 Organizační plán**

Organizační plán obsahuje projekt firmy, resp. mechanismus jejímu fungování. Zde máme na mysli organizaci (uspořádání) podnikatelských zdrojů a vztahů mezi nimi. Není žádný univerzální recept organizace dobrého fungování firmy.

Existují však úkoly stejného druhu, které je třeba vždy řešit:

- a) výběr organizačně právní formy podnikání
- b) nalezení účinného systému řízení firmy
- c) vypracování systému řízení lidských zdrojů [15]

## **2.6 Důležité údaje pro OSVČ**

Zákonné podmínky oprávnění k podnikatelské činnosti. Každý podnikatel, a to i budoucí, by měl mít přehled o platných právních předpisech, které se týkají podnikání jako takového, a předpisech, které se speciálně vztahují k podnikání v jeho oboru. Za tímto účelem jsou různými nakladatelstvími a organizacemi vydávány aktualizované přehledy platných právních předpisů.

Podmínky potřebné pro získání oprávnění k podnikatelské činnosti upravuje zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání.

1. Vymezuje pojem živnost jako soustavou činnost provozovanou samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.
2. Stanovuje subjekty oprávněné provozovat živnost: Živnost může provozovat fyzická nebo právnická osoba, splní-li podmínky stanovené zákonem (dále jen "podnikatel"), může tedy provozovat živnost a má nárok na vydání živnostenského oprávnění. Státní povolení k provozování živnosti (dále jen "koncese") se vyžaduje jen v případech vymezených zákonem.
3. Vymezuje všeobecné podmínky provozování živnosti:

Všeobecnými podmínkami provozování živnosti fyzickými a právnickými osobami jsou:

- dosažení věku 18 let
- způsobilost k právním úkonům
- bezúhonnost

Za bezúhonného se pro účely tohoto zákona nepovažuje ten, kdo byl pravomocně odsouzen:

- a) k nepodmíněnému trestu odnětí svobody pro trestný čin spáchaný úmyslně, ať již samostatně nebo v souběhu s jinými trestnými činy, a byl mu uložen nepodmíněný trest odnětí svobody v trvání nejméně jednoho roku,
- b) pro trestný čin spáchaný úmyslně, jehož skutková podstata souvisí s podnikáním a na který se nevztahuje písmeno a), nebo
- c) pro trestný čin spáchaný z nedbalosti, jehož skutková podstata souvisí s předmětem podnikání, pokud se na něho nehledí, jako by nebyl odsouzen.

4. rozděluje živnosti na:

- koncesované
- ohlašovací [22]

## 2.7 Analýza rizik

Fungující (dlouhodobě) organizace musí rizika řídit, tj. zjišťovat jaké jsou a rozhodovat se zda:

- riziko akceptovat (je-li přijatelné)
- riziko snížit (ochranná opatření)
- převést na někoho jiného (pojištění, outsourcing)
- riziku se vyhnout (danou aktivitu nerealizovat)

Nejdříve je nutno rizika znát, tedy provést analýzu rizik.

Analýza rizik zahrnuje:

- identifikaci aktiv
- identifikaci hrozeb
- ohodnocení aktiv
- určení pravděpodobnosti uplatnění hrozby
- určení zranitelnosti každého aktiva hrozbou
- výpočet hodnoty Riziko pro každou dvojici aktiva a hrozby

$$\text{Riziko} = \text{Hodnota aktiva} * \text{Pravděpodobnost uplatnění hrozby} * \text{Zranitelnost}$$

Analýza rizik - výstup

- je dokument nebo-li rozbor, odpovídající na otázky:

- Co se stane, když nebudou informace chráněny?
- Jak může být porušena bezpečnost informací?
- S jakou pravděpodobností se to stane?

Vhodnou formou je tabulka s ohodnocením dopadů a popřípadě s podrobnějším rozbohem. Důležitým podkladem pro stanovení budoucích kroků je ISO 13335. [19]

### **3 Vlastní řešení podnikatelského návrhu**

Podnikatelský plán na založení nového podniku je vytvořen na základě teoretických poznatků. Jeho součástí je analýza podniku, plány obchodní, marketingový, organizační a finanční, rovněž také rizika a harmonogram implementace.

#### **3.1 Analýza problému a podnikatelského sektoru**

Průběžný monitoring okolí firmy je nezbytně důležitý k určení hrozeb a příležitostí, které mohou v budoucnu a obvykle i budou ovlivňovat stav organizace. Všechny informace se vztahují k regionu, kde bude firma působit, tedy městu Prostějov.

Při provádění analýz jsem vycházela z informací získaných prostřednictvím nahlédnutí do fungující realitní kanceláře, informačních a statistických serverů a také vlastních znalostí a zkušeností.

##### **3.1.1 Analýza obecného okolí- PEST**

Tuto část analýzy lze považovat za všeobecnou a provedu ji v souladu s kapitolou 2.3.1. Jejím cílem je zanalyzovat všechny důležité faktory, jež mohou ovlivnit činnost mé nové společnosti. Firemní prostředí zahrnuje faktory, jejichž působení může firmě na jedné straně vytvářet příležitosti, na druhé straně jí může přinášet různé hrozby.

Změny a faktory v okolí rozlišujeme jako:

- politické
- ekonomické
- technické a technologické
- sociální

Tyto faktory na sebe navzájem působí a také se budou odrážet i v chodu mnou zakládané firmy.

Jelikož jsem práci zpracovávala v zimním semestru 2007, hodnoty uvedené v této analýze jsou platné pro rok 2007 a nejsou zde zahrnuty změny platné pro rok 2008.

## Sociální faktory

V současné době stále trvá nízká meziregionální mobilita pracovní síly, která souvisí s nedostatkem bytů a jejich relativní dostupností. Na druhé straně je zde také velká neochota za práci dojíždět do větších vzdáleností.

### ➤ Obyvatelstvo

Město Prostějov má 47 137 obyvatel, celkový počet obyvatel na Prostějovsku je 109.887 obyvatel.

	Počet obyvatel	v tomto věku v %		
		Předškolní a školní věk 0-14	Produktivní věk 15-64	65+
Okres Prostějov	109887	14,2	70,6	15,2
Město Prostějov	47137	15	72,8	12,3
Ostatní	62750	13,5	68,5	18

Tab. č.1: Počet trvale žijících a věkové rozložení v Prostějově [23]

### ➤ Pracovní síla

Ze statistiky ministerstva práce a sociálních věcí vyplynulo, že nezaměstnanost v okrese Prostějov dosáhla v říjnu 2007 4,1 %, což je méně než je celorepublikový průměr (ten činil 5,8 %)[16]

Struktura zaměstnanosti v Prostějově dle odvětví

Podíl dle odvětví	%
Podíl připadající na zemědělství, lesnictví a rybolov (průměr ČR)	9,5 % (5,2 %)
Podíl připadající na průmysl a stavebnictví (průměr ČR)	51,1 % (43,0 %)
Podíl připadající na ostatní odvětví (průměr ČR)	39,4 % (51,8 %)

Tab. č.2: Struktura zaměstnanosti dle odvětví[23]

### ➤ Vzdělání

I přes malý počet obyvatel se může město Prostějov se pyšnit dvěmi vysokoškolskými fakultami. Fakulta textilní působí na Prostějovsku již od akademického roku 1997/1998. Na této fakultě je otevřen tříletý bakalářský obor technologie a řízení oděvní výroby- pobočka Technické univerzity Liberec. Každý ročník je obsazen přibližně 30 až 40 studenty. Od akademického roku 2007/2008 bude otevřen v Prostějově čtyřletý bakalářský program Stavební inženýrství a tříletý obor stavitelství, pobočky Fakulty stavební VUT Brno. Do prvních ročníků bude bráno 50 až 60 studentů.

### **Politické faktory**

Česká republika je členem Evropské unie ( dále jen EU). Před vstupem do EU došlo k harmonizaci legislativy a k úpravám standardů na úroveň EU. Tyto změny a jejich neustálé sledování vyvolávají problémy zejména v malých firmách. V této části analýzy je hlavní ovlivňující složkou stát, jež vydává množství zákonů, vyhlášek a jiných pro podnik závazných norem. Charakteristické faktory:

- Stabilita vlády
- Daňová politika
- Politika podpory podnikání
- Legislativa
- Pracovní právo
- Ochrana životního prostředí

### **Stabilita vlády**

Stabilita vlády v každé zemi je velice důležitá. Koalice ODS, lidovců a zelených zřejmě nebude moc stabilní vláda – možná se dá říci , že i méně stabilní, než by byla koalice ČSSD, KDU-ČSL a SZ. SZ pod vedením Martina Bursíka, jen těžko spolupracuje s ODS – zejména pokud chce ODS prosazovat některé radikálnější

návrhy, jako například umístění amerického radaru na území České republiky. Pro tuzemské poměry je už v poslední době pomalu příznačné, že stabilitu vlády často ohrožují nejvíce spory uvnitř nejsilnějšího koaličního partnera. V minulém volebním období se kvůli tomu měnila vláda v momentu, kdy část sociálních demokratů nechtěla v čele strany Vladimíra Špidlu. Tentokrát můžeme být svědky sporů mezi Mirkem Topolánkem a platformou uvnitř strany, která se zformovala kolem Vlastimila Tlustého.

### **Daňová politika**

Současná daňová soustava byla zavedena k 1. lednu 1993. Daňové subjekty podléhají následujícím daním:

<b>Daň</b>	<b>Sazba daně</b>
Daň z příjmu fyzických osob	12 až 32%
Daň z příjmu právnických osob	24%
Daň z přidané hodnoty	5%(snížená) a 19%(základní)
Spotřební daň	Dle druhů zboží - z piva, z vína a meziproductů, z minerálních olejů (předtím uhlovodíková paliva a maziva) a daň z tabákových výrobků.
Silniční daň	Dle objemu motoru: -osobní automobil 1 200Kč - 4 200Kč -nákladní automobil 1 800Kč – 44 100Kč
Daň z převodu nemovitostí	3%
Daň dědická a darovací	Od 1% do 40% podle zařazení poplatníků do skupin dle míry příbuzenského vztahu

Tab. č.3: Daňová politika

### **Daně z příjmu**

Daň z příjmů platí dvě skupiny osob a podle toho, do jaké skupiny patří, jsou také zdaňovány jejich příjmy:



- a) První skupinu tvoří tzv. rezidenti. Jsou to občané s trvalým bydlištěm na území ČR, popřípadě občané, kteří se v ČR "obvykle" zdržují (alespoň 183 dnů v roce). Ti podléhají dani z příjmů svými celosvětovými příjmy.
- b) Druhá skupina se označuje jako tzv. nerezidenti. Sem patří občané, kteří podmínky rezidentury nesplňují. Navíc sem patří občané, kteří v ČR bydliště nemají, ale zdržují se obvykle v ČR pouze za účelem studia nebo léčení. Ti odvádějí daň pouze z příjmů dosažených na území ČR.

Příjmy, z kterých se platí daň:

1. Příjmy ze závislé činnosti a funkční požitky - převážně mzdy a platy
2. Příjmy z podnikání a z jiné samostatné výdělečné činnosti
3. Příjmy z kapitálového majetku - dividendy, úroky z vkladů na účtech, apod.
4. Příjmy z pronájmu - pronájem nemovitostí, pravidelný pronájem movitých věcí
5. Ostatní příjmy - příležitostné příjmy, příjmy z prodeje nemovitostí a movitých věcí, výhry v loteriích, ad.[17]

### Daň z přidané hodnoty

Daň z přidané hodnoty (DPH) tvoří jeden z nejdůležitějších příjmů státního rozpočtu. Platíme ji všichni při nákupu většiny zboží a služeb. Od 1. 5. 2004 jsou zboží a služby zdaňovány základní sazbou DPH 19 %. Některé druhy zboží a služby (zejména léky, potraviny apod.) sníženou sazbou 5%.

Plátcem daně z přidané hodnoty je každý subjekt se sídlem, provozovnou či místem podnikání registrovaný jako plátce DPH. Plátcem se musí povinně stát subjekt, jehož obrat přesáhne za nejbližších 12 předcházejících po sobě jdoucích kalendářních měsíců částku 1 000 000 Kč. Přihlášku k registraci musí podat do 15 dnů po skončení termínu, v němž subjekt překročil stanovený limit a plátcem se stává prvního dne třetího měsíce následujícího po měsíci, ve kterém překročila stanovený obrat.

Poplatníkem daně z přidané hodnoty je každá fyzická i právnická osoba při nákupu většiny druhů zboží a služeb.

Daň z přidané hodnoty má dvě sazby:

- a) základní sazba daně ve výši 19 %, nebo
- b) snížená sazba daně ve výši 5 %.[11]

### Spotřební daň

Spotřební daní se dle Zákona č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních rozumí daň z lihu, z piva, z vína a meziproductů, z minerálních olejů (předtím uhlovodíková paliva a maziva) a daň z tabákových výrobků. Dříve správu daně vykonával finanční úřad, nyní ji vykonává celní úřad, který je obecně dán sídlem nebo místem pobytu plátce, nestanoví-li zákon jinak. [11]

### Silniční daň

K silniční dani se přiznávají silniční motorová vozidla a jejich přípojná vozidla, která jsou registrovaná a provozovaná v ČR, jestliže se používají k podnikání nebo k jiné samostatné výdělečné činnosti. Vozidla, jejichž hmotnost je 12 a více tun se stávají vždy předmětem daně silniční. Vozidla splňující emisní limity EURO jsou zdaňována sníženou sazbou. [12]

### Sazby daně dědické a darovací

Sazby daně dědické a darovací vycházejí ze stejného principu, pouze s tím rozdílem, že výsledná daň se u daně dědické vynásobí koeficientem 0,5. Dědická daň je tak oproti darovací dani o polovinu menší. Sazby daně jsou diferencované podle zařazení poplatníků do skupin dle míry příbuzenského vztahu. [12]

### Daň z převodu nemovitostí

Převodem nemovitosti se rozumí úplatný převod nebo přechod vlastnictví k nemovitosti z jedné osoby na druhou včetně vypořádání podílového spoluvlastnictví. Předmětem daně je také bezúplatné zřízení věcného břemene při nabytí nemovitosti darováním. Daň z převodu nemovitostí platí obvykle převodce (prodávající). Kupující

(nabyvatel) daň platí v případech nabytí nemovitosti při výkonu rozhodnutí, vyvlastnění, konkursu nebo vyrovnání, vydržením nebo ve veřejné dražbě. Daň se platí z úplatného převodu nebo přechodu vlastnictví k nemovitosti včetně vypořádání podílového spoluvlastnictví. Daň se také platí při výměně nemovitostí. Daň se neplatí z převodu těch nemovitostí, které jsou od této daně osvobozeny. Tato osvobození se sice týkají převodů z rukou obchodních společností či družstev, nepřímě se však dotknou i občanů, na které se dané nemovitosti převádějí. Základem daně z převodu nemovitostí je cena nemovitosti. [12]

### **Podpora podnikání**

V letech 2007 – 2013 může Česká republika využít až 26,7 mld. EUR ze strukturálních fondů Evropské unie, zejména pak na rozvoj regionů a posílení konkurenceschopnosti malých a středních podniků

Programy, které banka realizuje či bude v nejbližší době realizovat na základě dohod s Ministerstvem průmyslu a obchodu, jenž je jejich vyhlášovatelem, využívají v různých podobách dvě základní formy podpory: zvýhodněné bankovní záruky a zvýhodněné úvěry. Může je využívat široká škála podnikatelů od naprosto začínajících až po vyspělé firmy střední velikosti realizující rozsáhlejší investice. Jak signalizuje základní podoba programů schválená vládou, měly by být již existující nástroje podpory postupně doplněny o velmi rychle poskytovanou, administrativně jednoduchou a levnou záruku pro získání úvěrů do výše 5 mil. Kč. Projekty vytvářející pracovní místa či umístěné v regionech se soustředěnou podporou státu by měly být bonifikovány v rámci nově vyvinutých kombinovaných nástrojů, které bude možné okamžitě klientům nabídnout, jakmile budou výzvy k podávání žádostí vyhlášeny.

Malí a střední podnikatelé hrají významnou úlohu při vytváření nových pracovních příležitostí a všeobecně působí jako faktor sociální stability a ekonomického rozvoje. Evropská unie považuje tento sektor za páteř evropské ekonomiky a hybnou sílu inovací, zaměstnanosti a sociální integrace. Česká republika se již stala zemí, ve které má další charakter vývoje sektoru malého a středního podnikání, vzhledem k jeho

významu v ekonomice, podstatný dopad na celkový ekonomický a tím i sociální vývoj země a jednotlivých jejích regionů.

Období let 2007 – 2013 nabídne České republice příležitost, která se v podobném rozsahu nemusí již zřejmě opakovat. Touto příležitostí je značný rozsah prostředků ze strukturálních fondů, které bude možné získat. Pokud budou tyto prostředky efektivně využity k dalšímu posílení infrastruktury podporující podnikání a budou investovány do nástrojů vytvářejících základ pro dlouhodobě udržitelný systém přímých podpor pro podnikatele, jsou schopny pozitivně ovlivnit vývoj sektoru malých a středních podnikatelů i za horizontem roku 2013. Úsilí vlády a příslušné části státní správy bude v letech 2007 - 2013 směřovat k tomu, aby společným úsilím a ve spolupráci se zástupci podnikatelské samosprávy a kraji byly dále zmírňovány a odstraňovány bariéry vzniku, rozvoje a efektivního působení malých a středních podnikatelů jak v české ekonomice, tak i za jejími hranicemi.

Hlavními nástroji podpory rozvoje malých a středních podniků budou cenově zvýhodněné záruky za bankovní úvěry, úvěry se sníženou úrokovou sazbou a podřízené úvěry, dotace a kapitálové vstupy. Rozvoj infrastruktury pro podnikání bude podporován formou dotací. Zvláštní důraz bude kladen na podpory vstupu do podnikání a na podpory posilující kapitál malých a středních podnikatelů včetně zajištění dostatečných zdrojů na jejich podporu pro vstup na zahraniční trhy, úvěrů pro výrobní zajištění exportních zakázek a poskytování zvýhodněného pojišťování exportních rizik.

Celostátní programy budou financovány s využitím zejména prostředků strukturálních fondů a státního rozpočtu. Programy realizované regiony budou financovány z prostředků strukturálních fondů a krajů. V případě záruk, úvěrů a rizikového kapitálu budou vytvářeny fondy s účastí veřejných prostředků v souladu s legislativou EU pro jejich tvorbu, správu pohledávek z jejich operací a jejich vypořádání.

Podpora je poskytována ve formě:

- bezúročného úvěru,
- zvýhodněné záruky s finančním příspěvkem k zaručovanému úvěru,

- zvýhodněné záruky.

Bezúročný úvěr či zvýhodněnou záruku s finančním příspěvkem k zaručovanému úvěru lze poskytnout pouze drobnému začínajícímu podnikateli. Může mu být poskytnuta pouze jedna z těchto forem podpory a to pouze jednou. [18]

### **Pracovní právo**

Novela zákona č. 262/2006 Sb., zákoník práce, ve znění pozdějších předpisů, na programu 21.schůze předpokládá celkem 120 změn současné právní úpravy.

Obecně lze shrnout, že hlavním účelem této novely je náprava řady právních nepřesností a legislativně technických pochybení, které jsou novému zákoníku práce vytýkány ode dne jeho schválení. Novela má rovněž zajistit soulad a provázanost zákoníku práce s řadou dalších právních předpisů, které do problematiky upravené zákoníkem práce různým způsobem zasahují a které byly přijaty až po schválení nového zákoníku práce.

Předmětná novela nadto přináší i několik podstatnějších věcných změn; v krátkosti je vhodné zmínit alespoň následující:

- vymezují se případy, kdy nebude zaměstnanci příslušet při rozvázání pracovního poměru ze zdravotních důvodů zvýšené odstupné ve výši dvanáctinásobku průměrného výdělku. Jedná se o situace, kdy se zaměstnavatel svojí odpovědností za pracovní úraz či nemoc z povolání dotčeného zaměstnance zcela zproští.
- praktický dopad mohou mít i změny právní úpravy konta pracovní doby. Nově se umožňují změny rozvržení pracovní doby v průběhu konta pracovní doby a vypouští se požadavek předchozího souhlasu jednotlivých zaměstnanců k zavedení konta pracovní doby.
- novela rovněž zmírňuje současnou limitaci zaměstnávání mladistvých zaměstnanců - prodlužuje celkovou maximální týdenní pracovní dobu zaměstnanců mladších než 18 let na 40 hodin (namísto současných 30 hodin) při délce směny nejvýše 8 hodin (namísto současných 6 hodin).

- novela dále opět zavádí možnost smluvního ujednání směřujícího ke zjednodušení mzdové kompenzace práce přesčas tím, že mzda bude sjednána již s přihlédnutím k případné práci přesčas, nicméně pouze v případě vedoucích zaměstnanců a nejvýše v rozsahu 150 hodin v kalendářním roce.

Novela zákoníku práce se obecně zaměřuje skutečně jen na zjevné chyby a zdaleka neřeší všechny problematické body současné právní úpravy.[13]

### **Ekonomické faktory**

Posledních několik let můžeme sledovat celkový hospodářský růst. Charakterizuje ho zlepšení vývoje několika základních ukazatelů:

- zrychlení ekonomického růstu:
  1. 2003 růst HDP 3,2%
  2. 2004 růst HDP 4,2%
  3. 2005 růst HDP 6,0%
  4. 2006 růst HDP 6,1%
  5. růst HDP by měl v roce 2007 dosáhnout úrovně 5,8 % [13]
- míra nezaměstnanosti v Prostějově vytrvale klesá. Na konci října byla o dvě desetiny procenta opět nižší než v předchozím měsíci. Prostějov si tak dlouhodobě drží prvenství mezi okresy Olomouckého kraje a v posledních měsících i na území Moravy. Na konci října bylo v evidenci uchazečů o zaměstnání 2589 osob, což odpovídá míře nezaměstnanosti 4, 1 procent. Od ledna klesl počet nezaměstnaných na Prostějovsku téměř o 1500 osob, což v přepočtu na procenta představuje hodnotu 2,2 bodu.

Míra nezaměstnanosti a počet volných míst v okresech Olomouckého kraje ke 31. 10. 2007

Okres	Míra nezaměstnanosti	Počet volných míst
Jeseník	9,0 %	214
Olomouc	5,1 %	2 098
Prostějov	4,1 %	1 041
Přerov	8,1 %	1 283
Šumperk	7,7 %	991

Tab. č.4:Nezaměstnanost [16]

- nízké úrokové míry, podporující investiční rozvoj
- nízká a stabilní míra inflace, což působí pozitivně na investiční rozvoj
- zahraniční obchod zaznamenal v České republice v roce 2004 nejpříznivější výsledky za posledních deset let
- posilování kurzu CZK vůči EUR a USD, kdy v měsíci listopadu se koruna vyšplhala až na rekordních 18,-Kč za USD

mezi negativní vlivy např. patří:

- I přes pozitivní vývoj ( klesající míra nezaměstnanosti, rostoucí zaměstnanost ) lze stále na trhu práce identifikovat několik strukturálních problémů. Mezi klíčové patří nedostatek motivace k práci, dlouhodobá a opakovaná nezaměstnanost ohrožených skupin, diskriminace starších pracovníků, nedostatečná sladění systému vzdělávání s měnícími se požadavky trhu práce a nízká regionální mobilita.
- Mezi kritizované oblasti podnikatelského prostředí v ČR stále patří právní rámec firemního úpadku. V roce 2008 by měl nabýt účinnosti nový úpadkový zákon, který upevní postavení věřitelů, omezí zájem na prodlužování bankrotů a umožní pokračovat životaschopným částem firem.
- I neustálé posilování české měny může mít ovšem negativní dopady a to zejména na cenu ropy. Klesajícím americkým dolarem se zvyšuje cena za barel. Což se samozřejmě projeví na zdražení ostatních výrobků a služeb.

## **Technologické faktory**

Vysoká rychlost technologického vývoje, zejména v oblasti informačních technologií, způsobil rychlý rozvoj internetu a obchodování formou internetových obchodů. Informace a práce s nimi se stávají klíčovým faktorem úspěchu. V dnešní době stále více rostou požadavky na kvalifikovanou pracovní sílu. Zvyšuje se nutnost udržovat a zvyšovat kvalifikaci. Vysoká kvalita produktů a služeb se stává standardem při současné úrovni konkurence. I přes neustálý rozvoj nových technologií citlivých vůči životnímu prostředí je jeho stav stále neuspokojivý.

### **3.1.2 Analýza konkurence- Porterův model**

Analýza oborového prostředí představuje průzkum podmínek tržní oblasti, ve které se podnik pohybuje. Podle Portera je a stupeň konkurence v rámci odvětví závislý na tom, jaké jsou vyjednávací vlivy dodavatelů, odběratelů, ohrožení ze strany konkurence, nebezpečí existence substitutů za výrobky a služby a stupeň soupeřivosti mezi podniky v odvětví.

#### **Vyjednávací síla dodavatelů- tedy prodávajících**

- Převážná část prodávajících bude z Prostějovska, předpokládám, že pouze 10-20% budou vlastníci nemovitostí na Prostějovsku z jiného kraje
- Předpokládám, že ve většině případech budou dodavatele tvořit fyzické osoby od věku minimálně 18 let.
- Proávající může snadno přejít ke konkurenci.
- Mnou nabízené služby jsou pro prodávajícího důležité a jsou ochotni je adekvátně finančně ohodnotit.
- Hlavně z počátku nebudu pro své dodavatele známá, proto budu očekávat tvrdší podmínky v získávání svých dodavatelů.
- Existují sezónní výkyvy, zejména dle ročních období, prázdnin apod.



## **Vyjednávací síla odběratelů- tedy kupujících**

- Kupující budou mít možnost přejít ke konkurenci v případě prodeje či pronájmu totožné nemovitosti a to zejména dle rozdílné ceně.
- Kupující mohou snadno porovnávat nabízené služby od zprostředkovatele tedy realitní kanceláře a mohou tedy stejně jako u porovnání cen přejít ke koupi nemovitosti u konkurence.
- Kupující mající peníze v hotovosti mají obrovskou sílu ve vyjednávání o snížení ceny nemovitostí při platbě v hotovosti.
- v případě exkluzivní zprostředkovatelské smlouvy nemají kupující jinou možnost koupi dané nemovitosti jinak než prostřednictvím zprostředkovatele tedy realitní kanceláře
- S rostoucí významností se zvyšuje jeho vyjednávací síla.
- Převážná část kupujících stejně jako u dodavatelů bude z Prostějovska, předpokládám, že pouze 10-20% budou vlastníci nemovitostí na Prostějovsku z jiného kraje
- Předpokládám, že ve většině případech budou odběratele, taktéž jako u odběratelů, tvořit fyzické osoby od věku minimálně 18 let.
- Zákazníci budou reflektovat četnost nabízených služeb, charakter služeb nadstandard zdarma

## **Potenciální konkurence- vstup nových firem**

Faktory, které ovlivňují vstup nových konkurentů:

- Náklady vstupu nových firem do oboru podnikání jsou poměrně nízké - velká popularita podnikání v oblasti realit v Česku je nepochybně i důsledkem toho, že začít lze s málem. Z investičního hlediska nepředstavuje založení realitní kanceláře nijak enormní vstupní náklady. Nájem kanceláře, automobil, telefony. Většinou odpadají platy a další výdaje spojené s pevným místem. Je zvykem, že obchodníci, tedy makléři, pracují na vlastní účet a mateřská kancelář je odměňuje pouze provizí za uskutečněné prodeje.

- Předpokládá se získávání dodavatelů, tedy budoucích prodávajících, pomocí již spokojených dodavatelů, kteří předávají dobré zkušenosti lidem ve svém okolí.
- Náklady přestupu zákazníků jsou nízké.

### **Hrozba substitutů**

- Nabízené služby realitních kanceláří ve své podstatě substituty nahradit nelze. Za jediný, dá se říci možný substitut, by se daly považovat internetové realitní kanceláře, které nemají „kamenné zázemí“, ovšem i přes to, jsou služby totožné, ať se jedná o sepsání smluv, provádění prohlídek nemovitostí apod.
- Existují např. virtuální prohlídky nemovitostí, které jsou provozovány přes internetové služby, ovšem klasickou osobní prohlídku plně nenahrazuje. Žádný kupující by nekoupil nemovitost pouze na základě virtuální prohlídky, kupující musí vidět nemovitost v reálu.

### **Konkurence v odvětví**

Nejdůležitější v tomto bodě je zjistit počet a druh konkurentů v mém oboru.

Určení faktorů

- V Prostějovském regionu působí okolo 25 realitních kanceláří.
- Z celkového počtu realitních kanceláří je zde cca. pět kanceláří větších rozměrů, ale žádná z nich nedosáhla nijak výrazně velkého podílu na trhu.
- V současné době je téměř jisté, že některá z realitních kanceláří z jiného okresu se pokouší prorazit i na trh realit na Prostějovsku.
- Obecně realitní trh se těší velké popularitě a to hlavně z důvodu nenáročnosti na vstupní investice.

### **3.1.3 Analýza silných a slabých stránek, hrozeb a příležitostí**

K dokončení celkové analýzy podnikatelského prostředí použiji SWOT analýzu dané firmy. V této fázi je nutné odhadnout a ocenit silné a slabé stránky, budoucí příležitosti a hrozby podniku, určit jeho hlavní konkurenční výhody a klíčové faktory úspěchu. Závěry této analýzy budou sloužit jako podklad pro vypracování celkové strategie. Tento návrh strategie bude zaměřen na eliminaci slabin a hrozeb využitím silných stránek a strategických příležitostí.

K této analýze se také patří zamyslet nad otázkou budoucího vývoje prodeje nemovitostí. Myslím si, že během roku 2008 již nedojde k významnému zvýšení cen nemovitostí. Prostřednictvím zvýšení snížené sazby DPH, které platí od začátku roku 2008 mohou být zdraženy nově postavené nemovitosti. Ale spíše si myslím, že to ani příliš nepocítíme. Jelikož nemovitosti na Prostějovsku a taktéž v celé České republice jsou již tak drahé, převážně s porovnáním se zahraničními nemovitostmi, že se zdá, že ceny už nemají kam růst. Ale zřejmě k mírnému zdražení každoročně dojde. Až opadne hypoteční horečka v ČR a trh bude nasycen, ceny nemovitostí budou přirozeně stagnovat nebo i klesat. Český trh ještě není zdaleka nasycen a hypoteční boom bude ještě nějakou dobu, možná několik let trvat. Myslím si, že kupovat další byty v naději cenového růstu může být unáhleným rozhodnutím. Na realitní trh tyto malé změny v oblasti cen nemovitostí nemají víceméně žádný vliv, nepředstavují žádné hrozby ani příležitosti. Pokud nenastanou nějaké výrazné změny, objem prodaných nemovitostí se příliš měnit nebude.

Tab. č.5: SWOT analýza

<p><b>Strengths</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>dobré komunikační schopnosti</b></li> <li>➤ <b>dobrá pracovní morálka</b></li> <li>➤ <b>individuální přístup ke každé zakázce</b></li> <li>➤ <b>možnost přizpůsobení se volnému času zákazníka- flexibilní pracovní doba</b></li> </ul>	<p><b>Weakness</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>ne příliš oblíbené služby pro zejména starší generaci</b></li> <li>➤ <b>špatné jméno realitních kanceláří obecně, které již bylo vytvořeno pomocí ostatních kanceláří, které se nezachovaly příliš morálně</b></li> <li>➤ <b>sezónní výkyvy v prodejnosti nemovitostí</b></li> <li>➤ <b>vyšší náklady zejména na inzerování nemovitostí</b></li> </ul>
<p><b>Opportunities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>možnost v budoucnu příjmu zaměstnanců a tím rozšíření kanceláře</b></li> <li>➤ <b>doplnění o další služby jako např. odhady cen nemovitostí, vykupování nemovitostí apod.</b></li> <li>➤ <b>v budoucnu možnost postupného rozšíření o další pobočky</b></li> </ul>	<p><b>Threats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>rostoucí moc zákazníků</b></li> <li>➤ <b>hrozba vypovězení nájmu</b></li> <li>➤ <b>zhoršení finanční situace, možnost bankrotu</b></li> <li>➤ <b>zostření konkurence na trhu</b></li> </ul>

## **Silné stránky**

- dobré komunikační schopnosti

Žijeme v informačním věku, v němž většinu času trávíme komunikováním – čtením, psaním, mluvením, nasloucháním. Vzhledem k mnoha zkušenostem již z dlouhodobého pracovního poměru při studiu jsem se s lidmi naučila opravdu dobře komunikovat a to v jakékoliv formě, ať již výše zmíněné ústní, či písemné apod. Tuhle schopnost považuji opravdu za mou významnou výhodu.

- dobrá pracovní morálka

Vhledem k již zmíněným dlouhodobým zkušenostem v zaměstnání při studiu, je dobrá pracovní morálka samozřejmostí a do budoucna také nutností. Je třeba se své práci věnovat svědomitě, a to ať už se jedná o dodržování pracovní doby, pracovního nasazení apod.

- individuální přístup ke každé zakázce

Ke každému zákazníkovi, prodávajícímu či kupujícímu, je třeba přistupovat individuálně. Každý zákazník má jiné potřeby a požadavky, proto svým individuálním přístupem se jim budu snažit lépe vyhovět a dostát tak jejich spokojenosti.

- možnost přizpůsobení se volnému času zákazníka- flexibilní pracovní doba

Pracovní dobu předpokládám od Pondělí do Pátku v čase od 9:00 do 12:00 a od 12:30 do 17:00hod. Je ovšem samozřejmé, že ne každý zákazník je schopen se přizpůsobit dané pracovní době, budu se tedy občas muset přizpůsobit.

## **Slabé stránky**

- ne příliš oblíbené služby pro zejména starší generaci

Většina z nás se určitě již setkala s problémem starších lidí přijímat nové věci. Proto nebude v některých případech opravdu jednoduché přimět starší generaci ke spolupráci se mnou. Zřejmě k tomuto faktu také přispívají dřívější špatné zkušenosti.

Starší lidé se na druhou stranu dají snadněji ovlivnit a ve většině případů jsou velice důvěřiví. Ovšem ne vždy se tito lidé setkali s dobře odvedenou prací a v některých případech byla jejich důvěra i zneužita. Proto si myslím, že nebude snadné si u těchto lidí získat důvěru.

- špatné jméno realitních kanceláří obecně, které již bylo vytvořeno pomocí ostatních kanceláří, které se nezachovaly příliš morálně

Pověst realitních kanceláří není vůbec valná. Dnes není výjimkou, že někteří zprostředkovatelé nabízejí nemovitosti, aniž je sami viděli. Jsou případy, kdy zprostředkovatel nabízí nemovitost o jejíž nabídce prodávající ani neví. Dále jsou i případy, kdy se zákazníci musí soudit se svým zprostředkovatelem ať již z různých důvodů, jako např. nevyplacení kupní ceny, nebo podání lživých informací apod. Dá mi velikou práci ukázat lidem, že můj záměr je poctivý, seriózní, dokázat jim, že se nemusí bát, že je nechci připravit o peníze a podvést.

- sezónní výkyvy v prodejnosti nemovitostí

Sezónní výkyvy se nachází i oblasti realit. Jsou období, která se vyznačují slabším prodejem nemovitostí, jako například období letních prázdnin, kdy se ve většině nabídka v realitních kanceláří snižuje. K dalšímu snížení dochází lehce v měsíci prosinci. Naopak k většímu objemu nabízených nemovitostí dochází od období února až do června. Tyto sezónní výkyvy ovšem nejsou nijak enormní, není se potřeba významně znepokojovat.

- vyšší náklady zejména na inzerování nemovitostí

I když z investičního hlediska nepředstavuje založení realitní kanceláře enormně vysoké vstupní náklady, provozní náklady stoupají časem. Vedle běžných věcí musí platit řadu odborníků, třeba právníka nebo odhadce. Nikoli nepodstatné jsou také výdaje na inzerci, které dosahují kolem sta tisíce korun ročně u menších kanceláří, u větších se můžou náklady vyšplhat třeba i na dvojnásobek, trojnásobek.

## **Příležitosti**

- možnost v budoucnu příjmu zaměstnanců a tím rozšíření kanceláře

Pokud se naplní předpokládaný průběh podnikání, chtěla bych postupně rozšiřovat firmu pomocí náběru zaměstnanců a tím získávání více zakázek. To ovšem předpokládám nebude dříve, než uběhne první rok podnikání.

- doplnění o další služby jako např. odhady cen nemovitostí, vykupování nemovitostí apod.

V budoucnu je možné přidat další služby, které by zákazníci mohli využívat. Mezi prvními investicemi bych uvažovala o absolvování kurzu oceňování a odhad nemovitostí. Tento kurz je určen pro zájemce, kteří chtějí získat jmenování soudního znalce anebo chtějí podnikat na základě živnostenského zákona v oboru oceňování majetku pro věci nemovité. Tuto službu bych také mohla nabízet prodávajícím zdarma, pro lepší získávání zakázek. Jako další rozšiřující službu bych mohla nabídnout vykupování nemovitostí. Ovšem tato služba je v daleké budoucnosti, jelikož bych na danou nemovitost musela ze svých zisků našetřit, nebo jako další možnost je použití úvěru, ovšem ten mi banka může poskytnout až po dvou daňových přiznáních.

- v budoucnu možnost postupného rozšíření o další pobočky

V dalším výhledu do budoucna bych chtěla postupně firmu rozšiřovat o další pobočky v různých městech, okresech. Tyto pobočky by samozřejmě byly pod jedním stálým názvem firmy.

## **Hrozby**

- rostoucí moc zákazníků

Kupující mohou snadno porovnávat nabízené služby od zprostředkovatele, tedy mé firmy s konkurencí a mohou tedy porovnávat ceny, které se odvíjí od výše provize kanceláře, nebo další služby zdarma a přejít ke koupi nemovitosti u konkurence. Stejně tak prodávající mohou porovnávat naše služby, služby nabízené jako bonus, také

samozřejmě pověst a přístup a mohou si vybírat mezi konkurenty. Někteří prodávající dávají také své nemovitosti do nabídek několika realitním kancelářím na jednou. Po té už je na realitní kanceláři, kdo bude lepší.

➤ hrozba vypovězení nájmu

Hrozbou je možné vypovězení nájmu (viz. dále - umístění provozovny). Jednalo by se totiž nejen o změnu místa, které si zákazníci při procházení okolo dávají do paměti s naší kanceláří, stálejší zákazníci by docházeli za našimi službami na jiné místo, ale také by to znamenalo další nové náklady na úpravu kanceláře apod.

➤ zhoršení finanční situace, možnost bankrotu

Tento projekt bude financován z vlastních zdrojů. Mám sice vytvořenou rezervu na ne příliš dobré začátky v podnikání, ovšem je třeba začít získávat již od prvního měsíce tržby, předpokládané především z pronájmů, na uhrazení v první řadě pronájmu kanceláře, v další řadě inzerce apod. V případě útraty veškerých peněz předpokládám, že by mi banka neposkytla úvěr a to z toho důvodu, že potřebuje nejméně dvě daňové přiznání. To by po té znamenalo vzít si úvěr jinou formou.

➤ zostření konkurence na trhu

Vzhledem ke stále oblíbenějšímu podnikání v realitách, kdy není třeba ani speciálního vzdělání, ani příliš mnoho zkušeností s jistotou předpokládám další příchody některých konkurentů.

## **3.2 Obchodní plán**

Obchodní plán navrhuji v těchto částech:



### **3.2.1 Charakteristika společnosti**

Rozhodla jsem se založit si firmu zabývající se zprostředkováním prodeje a pronájmu nemovitostí, tedy realitní kancelář. Formou podnikání je živnost. Tento druh živnosti je živnost volná, není tedy zapotřebí speciálního vzdělání či praxe. Sídlo společnosti zvolím v místě trvalého pobytu, provozovna však bude zřízena v centru města.

Název společnosti: REALITY-KOM

Sídlo společnosti: místo trvalého pobytu

Provozovna: prostory v centru města Prostějov

Jméno podnikatelky: Irena Křesalová

Povaha podnikání: poskytování služeb - zprostředkování prodeje a pronájmu nemovitostí

### **3.2.2 Forma podnikání**

Rozhodla jsem začít podnikat v oblasti realitní činnosti a to formou živnostenského listu. Živnostenský list jako formu podnikání jsem si vybrala nejméně ze dvou zásadních důvodů. Jedním z důvodů jsou peníze. Při podnikání na živnostenský list nemusím shánět vysoké finanční částky potřebné pro vytvoření základního jmění, jako je tomu u obchodních společností. Dalším důležitým důvodem je administrativa, kterou včetně daňové evidence, by měl zvládat drobný živnostník sám vlastními silami. Podnikatel by si tedy měl sjednávat právníky a poradce v situacích, které jsou spíše výjimečné. A nebo také proto, že administrativa podnikatele unavuje a časově vyčerpává a nemůže se tedy věnovat na plno rozptyluje od „skutečného podnikání“. Dalším neméně důležitým krokem k rozhodnutí o formě podnikání je fakt, že ráda řídím a rozhoduji sama za sebe, nemusím se ohlížet na společníky, totéž samozřejmě platí ohledně zisku. Ze zákona č.140/2000 Sb. a doplněných změn vlády patří realitní činnost do živností volných s účinností od 1.ledna 2001 ve znění realitní činnosti. U volných

živností zákon nevyžaduje žádné speciální vzdělání či praxi. Podnik řídí a zastupuje podnikatel, který ručí celým svým jměním v podniku a svým osobním majetkem

K podnikání je zapotřebí živnostenský list, který je vydáván na příslušném živnostenském úřadě v zákonné lhůtě a to do 15dnů, od splnění podmínek:

- být osobou starší 18let s plnou právní způsobilostí, prokáže se občanským průkazem
- být bezúhonnou osobou, prokáže se výpisem z rejstříku trestů
- nemít daňové nedoplatky, prokáže se výpisem z finančního úřadu
- zaplatit správní poplatek 1000,-Kč

Nový živnostník má ohlašovací povinnost a to vůči správě zdravotního a sociálního zabezpečení.

### **3.2.3 Předmět podnikání**

Zákon č.140/2000 Sb. a doplněné změny vládou definuje realitní činnost v příloze č.91 jako:

- nákup a prodej nemovitostí
- pronájem nemovitostí, bytů a nebytových prostor (jsou-li poskytovány jiné než základní služby zajišťující jejich řádný provoz)
- zprostředkování nákupu, prodeje a pronájmu nemovitostí
- zprostředkování, nákupu, prodeje a pronájmu bytů a nebytových prostor

### **3.2.4 Popis podniku**

Mým záměrem je ulehčit lidem prodej či pronájem jejich nemovitosti, oprostit je od starostí a věnovaného času spojených s tímto úkonem a převzít vše na sebe. Ne vždy lidé prodávají svou nemovitost s lehkým srdcem, převážně pokud nabyli nemovitost nějakou špatnou událostí v rodině, proto je pro ně lepší, pokud se o to postará někdo za ně. Nebo příliš zaměstnaní lidé, kteří nemají tolik času, aby se mohli případně věnovat zájemcům. Prodávající, kteří mi svěří svou nemovitost budou zproštěni všech starostí a jediným jejich úkolem bude dostavit se na podpis smluv. Moje firma se postará o

veškeré záležitosti, týkající se katastrálního úřadu, jako jsou výpisy listů vlastnictví, pozemkové mapy a vklady na katastrální úřad. Dále se postarám o sepsání smluv a to samozřejmě smluvenou právníčkou firmou, inzerci jak v tištěných formách, tak v elektronické podobě a samozřejmě o provádění prohlídek dané nemovitosti a dopravu zákazníků na dané místo.

Provozovna by měla být umístěna v centru nebo blízko centra města Prostějova, hlavně z důvodu viditelnosti, tím se dostávat do povědomí obyvatel a také, aby za mnou zákazníci nemuseli dojíždět, nebo docházet do vzdálenějších méně frekventovaných míst. Za samozřejmost pokládám dobrou dostupnost a parkování automobilu před kanceláří. Provozovna bude pronajatá, jelikož koupě celého domu u náměstí představuje nepřiměřené nároky na kapitál. V centru města lze najít vhodný objekt okolo 10.000,- Kč za pronájem měsíčně plus samozřejmě náklady na provoz jako jsou elektřina, voda, plyn apod. Další investicí budou také úpravy kanceláře.

Z počátku podnikání bych služby obstarávala sama. V případě většího počtu zakázek, které bych nestačila zvládat sama, bych zaměstnala jednoho zaměstnance. Tento zaměstnanec, žena či muž, by měl být komunikativní, důvěryhodný, přesvědčivý, spolehlivý, aktivní, a nejlépe již se zkušenostmi z předešlého zaměstnání v realitní kanceláři. Pro další rozšíření bych samozřejmě zaměstnala více zaměstnanců, ale to by se samozřejmě odvíjelo z objemu prodeje a pronájmu nemovitostí.

### **3.3 Marketingový plán**

V marketingovém plánu jed především o ovlivňování potřeb a přání, formulujících se na cílových trzích, konkrétně o zpracování prvků marketingového mixu. Jedná se tedy o zpracování produktu/ služby), stanovení ceny, stanovení komunikačního mixu a stanovení místa poskytování služby( u výrobku se jedná o distribuci)

#### **3.3.1 Produkt**

Produktem jsou poskytované zprostředkovatelské služby prodeje či pronájmu nemovitostí. Jedná se o služby související s prodejem a pronájmu nemovitostí: výpisy

listů vlastnictví, pozemkové mapy, vklady na katastrální úřad, sepis smluv, inzerce prodávaných nemovitostí jak v tištěných formách, tak v elektronické podobě, provádění prohlídek dané nemovitosti, dopravu zájemců na tuto prohlídku, jednání s úvěrovými bankami apod. Při prodeji nemovitostí jsou tyto služby poměrně rozsáhlejší a dražší než u pronajímané nemovitosti. U pronajímaných nemovitostí odpadají jednání s katastrálním úřadem a bankami. Je také třeba ověřit všechny sounáležitosti prodeje, jako např. adresa trvalého pobytu uvedená na listu vlastnictví a adresa trvalého pobytu uvedená v občanském průkazu, pokud by se například tyto údaje neshodovaly, jedná se o komplikaci, kterou je třeba před podpisem smlouvy a vkladu smlouvy na katastrální úřad vyřešit. Dále to mohou být komplikace vlastnictvím všech prodávaných nemovitostí. Existuje spousta komplikací, které mnohdy nastanou zatajením nebo neznalostí prodávajících, kteří neuvedou zprostředkovateli jejich nemovitostí pravdivé údaje. Je tedy třeba i řádně ověřovat všechny předložené skutečnosti. Firma bude mít pracovní dobu od pondělí do pátku, v čase od 9:00 do 17:00hod.

### **3.3.2 Cena**

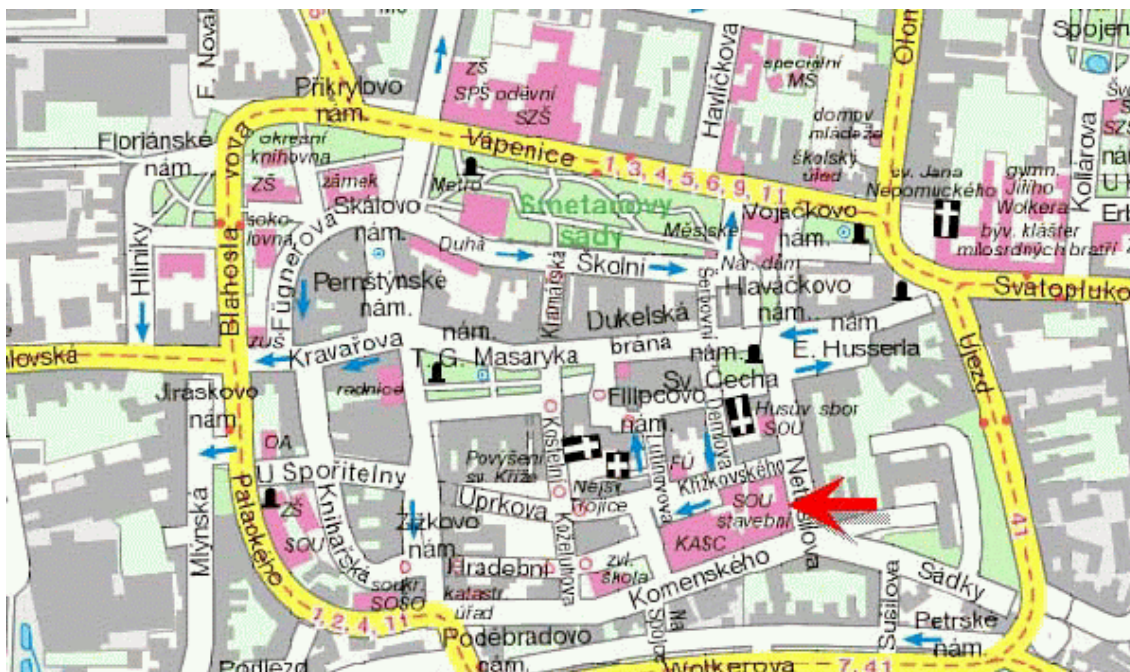
Ceny za mnou poskytované služby se budou odvíjet od tzv. výše provize. Tato provize slouží na pokrytí nákladů spojených s prodejem jako např. sepsání smluv, výpisy a vklady na katastrální úřad. Dále tato provize musí pokrýt částečné náklady na fungování firmy a v neposlední řadě zisk. Výše provize se stanovuje v rozmezí 3% až 10% z ceny nemovitosti. Toto rozmezí je všeobecně udávané u většiny realitních kanceláří. Výše procenta se orientuje dle výše ceny. Například pokud bude v prodeji nemovitost v hodnotě 5 milionů korun, výše provize bude 3%. Pokud je nemovitost v hodnotě 300tisíc korun, výše provize se stanoví na výši 10%. Za vůbec možné minimum za prodej nemovitosti považuji 25.000,-Kč, což po odečtení nákladů na sepis smluv a poplatků s tím spojených vychází cca. na 20.000,-Kč. Tuto částku беру jako minimum a to z důvodů vyšších nákladů na inzerci nemovitostí a dále také vysoké náklady na pronájem provozovny, pohonné hmoty apod.

### **3.3.3 Marketingová komunikace**

Pro úspěch zřizovaného podniku, je důležité dostat jméno firmy do podvědomí zákazníků, seznámit je s nabízenými službami a výhodami z toho vyplývajících. Z tohoto důvodu je nutná reklama. Zvolila bych reklamu formou letáčků a to nejen letáčků, které se dají vylepit ve výkladech obchodů a nástěnkách, ale také letáčky, které rozmístím do autobusových linek městské hromadné dopravy. Další formou letáčků budou malé inzeráty s poptávkou nemovitostí pro své klienty, které budou rozneseny do všech domů a bytů, a to prostřednictvím České pošty. Vhodnou inzercí bude umístění inzerátu do místního tisku, využiji tedy týdeníku a to Prostějovského večerníku, který vychází každé pondělí. Letáčky bych ještě navrhla roznášet v centru města, kde bych zřejmě oslovila studenty a nabídla jim za to určitý poplatek. Letáky volím hlavně z důvodu levnější reklamy. Letáky si samozřejmě graficky zpracuji a vytisknu sama, teď z počátku podnikání si nemohu dovolit investovat a nechat si reklamu vytisknout a zpracovat, budu spoléhat na své schopnosti a alespoň z počátku to nikomu jinému nesvěřím. V budoucnu bych si také představovala např. reklamu na billboardu, v místním rádiu, na sportovních utkáních apod. Reklamou mi také budou tzv. bannery, které budou vždy vyvěšeny na prodávané nebo pronajímané nemovitosti.

### **3.3.4 Místo poskytování služby**

Pro většinu malých podniků je správné umístění provozovny jedním z hlavních faktorů jejich úspěšného podnikání. Umístění provozovny by mělo být v dobrém souladu s nabídkou firmy, potřebami a přáním zákazníků, jež se v dané oblasti nachází. Je však také nutno dodat, že pokud je firma velmi dobře dostupná, avšak má špatné jméno, bude zřejmě méně úspěšná, než firma hůře dostupná, leč s dobrým jménem. To znamená, že pouhé dobré umístění k úspěchu samozřejmě nestačí. Avšak umístění je velmi důležité také z pohledu reklamy. Pokud je firma na velmi dostupném a viditelném místě, potenciální zákazníci si firmy všimají, i když třeba jen podvědomě, ale dostává se jim do paměti, že zde se nachází ta a ta firma. Pokud tedy se budou chtít v budoucnu na nějakou firmu obrátit, je velmi pravděpodobné, že se obrátí na tu, kterou mají zapsanou v podvědomí, pokud samozřejmě nedostanou od svým přátel či příbuzných doporučení na jinou firmu, s kterou již měli zkušenosti.



Obr.č.4: Umístění provozovny v Prostějově

Místem poskytování mých služeb bude mnou zřízená provozovna nedaleko centra města. Moje kancelář by měla působit útulně a čistě. Velikost kanceláře bude postačující okolo 20 až 25m<sup>2</sup>. Kancelář by měla mít oddělený uzavřený prostor pro mé soukromé záležitosti, jako prostor pro odkládání oblečení, reklamních cedulí, dále oddělené WC s umyvadlem apod. Provozovna by měla být opatřena většími prosklenými výlohami pro vkládání nabídek nemovitostí, nejlépe v přízemí pro lepší viditelnost. Pokud se kancelář nachází v patře, měl by být vyhrazený prostor na fasádě domu pro nástěnné vývěsky nemovitostí.

Provozovna by měla být označena dostatečně viditelným logem, popřípadě světelnou tabulí.



Obr.č.5 : Logo zakládané firmy

### **Vybavení provozovny**

Zařízení kanceláře spočívá zejména v nábytkovém vybavení. V kanceláři bude potřeba kancelářský stůl většího rozměru, dále kancelářské křeslo a židle pro zákazníky, kteří se posadí z druhé strany mého stolu. Do potřebného vybavení zařadíme dále police na šanony, skříňky, skříně na ukládání kancelářských potřeb apod. Pro zútulnění by mohla být použita také pohovka pro čekající zákazníky či dětský stoleček s židlemi pro malé děti zákazníků.

Kromě nábytku jsou důležitá tato zařízení:

- počítačová sestava nebo notebook
- tiskárna, nejlépe multifunkční z důvodu občasné potřeby skenování a kopírování dokumentů
- skartovací přístroj
- telefon, nejlépe pevná linka i mobilní telefon

Jako doplňkové vybavení můžeme považovat dále vývěsné tabule, nebo drátěný systém do výlohy pro zavěšování nabídek nemovitostí, kancelářské potřeby od papíru, kalkulačku, razítka přes různé složky, šanony apod.

### **3.4 Organizační plán**

Organizační plán mnou zakládané firmy není nijak složitý. Z počátku podnikání bych služby obstarávala sama. Za právní formu podnikání jsem si zvolila živnost a to živnost volnou. U volných živností zákon nevyžaduje žádné speciální vzdělání či praxi. Podnik řídí a zastupuje podnikatel, který ručí celým svým jměním v podniku a svým osobním majetkem.

Postupem času, pokud bude firma prosperovat a v případě většího počtu zakázek, které bych nestačila zvládat sama, bych zaměstnala jednoho zaměstnance. Pro další rozšíření bych samozřejmě zaměstnala více zaměstnanců, ale to by se odvíjelo z objemu prodeje a pronájmu nemovitostí, administrativy apod. Nebudu mít žádné speciální požadavky na zaměstnance, kdo by to měl být, kde byl před tím zaměstnán apod. Měl nebo měla by mít samozřejmě některé vlastnosti pro tento druh práce jako je aktivita, komunikativnost apod. Nejlepší znamením bude pro mě takové výběrové řízení, při kterém si poslechnu improvizaci budoucího zaměstnance, který mi bude nabízet danou nemovitost. Dle jeho výkonu uvidím, jakou má přesvědčovací schopnost, komunikativnost, prostě celkové chování k zákazníkům. Dalším výběrové řízení by záviselo na schopnosti budoucího zaměstnance během týdne sehnat exkluzivně nemovitost k prodeji. To by bylo zřejmě rozhodující, jelikož potřebuji zaměstnance, kteří budou schopni nemovitosti sehnat a ne čekat až zákazník přijde sám. To se totiž až tak často neděje, pouze ve větších společnostech.

Hlavní náplní práce mne jako živnostníka bude zprostředkování prodeje a pronájmu nemovitostí a veškerých činností s tím související. Další povinností živnostníka je vést daňovou evidenci, obstarávat administrativu, mít přehled o majetku a stavu financí, plateb apod. Další mou povinností bude ke konci roku podat daňové přiznání.

### **3.5 Finanční plán**

Jako první je důležité naplánovat potřebný kapitál pro založení podniku, po té plánovou rozvahu, výkaz zisků a ztrát a přehled Cash Flow pro budoucí tři roky.



### 3.5.1 Zakladatelský rozpočet

Je třeba specifikovat finanční zdroje, které budou sloužit při založení podniku a to jak k úhradě administrativy, tak k vytvoření věcných předpokladů, tedy veškerého zařízení, pronájmu apod. pro poskytování mých služeb. Uvádím náklady za první měsíc nutné pro založení firmy a jejího fungování.

#### Rozpočet potřebného kapitálu

<b>1.</b>	<b>Pronájem provozovny</b>	<b>12000</b>
<b>2.</b>	<b>Opravy a úpravy</b>	<b>1000</b>
<b>3.</b>	<b>Nákup vybavení</b>	<b>41300</b>
3.1	Osobní počítač	18000
3.2	Multifunkční tiskárna	4000
3.3	Digitální fotoaparát	3000
3.4	Skartovací přístroj	1000
3.5	Telefon pro pevnou linku	300
3.6	Nábytek	15000
<b>4.</b>	<b>Software</b>	<b>5000</b>
<b>5.</b>	<b>Reklama v Prostějovském večerníku</b>	<b>8000</b>
<b>6.</b>	<b>Inzerce</b>	<b>4500</b>
6.1	Inzerce na internetovém realitním serveru	500
6.2	Inzerce v Prostějovském večerníku v oblasti realit	4000
<b>7.</b>	<b>Správní poplatek za živnostenský list</b>	<b>1000</b>
<b>8.</b>	<b>Kolek (výpis z rejstříku trestů)</b>	<b>50</b>
<b>9.</b>	<b>Pohonné hmoty (natankování plné nádrže)</b>	<b>1200</b>
<b>10.</b>	<b>Finanční rezerva</b>	<b>50000</b>
<b>Potřeba kapitálu</b>		<b>124 000</b>

Tab. č. 6: Zakladatelský rozpočet

Nákup osobního automobilu a mobilní telefon jsem do nákladů nezahrnovala, a to z důvodu, že tyto movitosti již vlastním. Celý zakladatelský rozpočet financuji z vlastních zdrojů.

### 3.5.2 Plánová rozvaha

Rozvaha ve zkráceném rozsahu				
Aktiva		2008	2009	2010
B.	Dlouhodobý majetek	154300	154600	159000
B.I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	5000	5000	5000
B.II.	Dlouhodobý hmotný majetek	149300	149600	154000
B.III.	Dlouhodobý finanční majetek	0	0	0
C.	Oběžná aktiva	189624	190380	197450
	<b>Aktiva celkem</b>	<b>343924</b>	<b>344980</b>	<b>356450</b>
Pasiva				
A.	Vlastní kapitál	343924	344980	356450
A.I.	Základní kapitál	136300	136300	136300
A.V.	Výsledek hospodaření běžného období	207624	208680	220150
B.	Cizí zdroje	0	0	0
	<b>Pasiva celkem</b>	<b>343924</b>	<b>344980</b>	<b>356450</b>

Tab. č. 7: Plánová rozvaha ve zkráceném rozsahu

Jak je patrné z rozvahy, veškerý dlouhodobý majetek je financován z vlastních zdrojů. Oběžná aktiva jsou tvořena penězi a to hotovými a penězi na bankovním účtu, přičemž je většina tvořena ze zisku. Z dlouhodobého hmotného majetku je patrné, že jsem do podnikání vložila také osobní automobil Škoda Fabia, rok výroby 2000, k dnešnímu dni o ceně 115.000,-Kč. Pro drobného podnikatele, jako jsem já, není příliš snadný přístup k cizímu kapitálu, zejména pro začínající podnikatele je to velice obtížné.

### 3.5.3 Plánový výkaz zisků a ztráty

Výkaz zisků a ztráty ve zkráceném rozsahu				
		2008	2009	2010
I.	Tržby za prodej zboží	0	0	0
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	0	0	0
+	Obchodní marže	0	0	0
II.	Výkony	489600	514080	539784
C.	Výkonová spotřeba	195840	205632	215914
+	Přidaná hodnota	293760	308448	323870
C.	Osobní náklady	34212	34212	34212
D.	Daně a poplatky	24000	24000	24000
*A.	Provozní hospodářský výsledek	235548	250236	265658
Q.	Daň z příjmu za běžnou činnost	25 641	29 262	33 112
**	Výsledek hospodaření z běžné činnosti	209907	220974	232546
***	Výsledek hospodaření za účetní období	209907	220974	232546

Tab. č. 8: Výkaz zisků a ztráty ve zkráceném rozsahu

Nejdříve jsem stanovila celkové tržby za rok. Z celkových možných tržeb, kterých ovšem nelze dosáhnout, беру část ve výši 60%. V dalších letech počítám s pětiprocentním nárůstem, a to z důvodu většího získávání zkušeností, jména firmy apod. Náklady jsem stanovila na 40% z celkových tržeb. Od základu daně jsem odečetla nezdánitelnou položku a to ve výši 38040,-Kč a poplatky ve výši 24000,-Kč na životní pojištění a důchodové připojištění. Po odečtu daně z příjmu jsem dostala plánovaný čistý zisk. Osobní náklady jsem stanovila minimálními částkami na zdravotní a sociální pojištění. Přičemž výše zdravotního pojištění ve výši 1360,-Kč za měsíc a sociální ve výši 1491,-Kč za měsíc.

### 3.5.4 Výkaz Cash-Flow

Výkaz Cash-Flow ve zkráceném rozsahu				
		2008	2009	2010
P	Stav peněžních prostředků ekvivalentů na začátku účetního období	50000	62000	76000
	<b>Peněžní toky z hlavní výdělečné činnosti</b>			
Z	Účetní zisk nebo ztráta z běžné činnosti před zdaněním	235548	250236	265658
A.1.	Úpravy o nepeněžní operace			
A.1.4.	Výnosy z dividend a podílů na zisku			
<b>A.*</b>	<b>Čistý peněžní tok z provozní činnosti před zdaněním</b>	235548	250236	265658
A.2.	Změny stavu nepeněžních složek kapitálu			
<b>A.**</b>	<b>Čistý peněžní tok z provozní činnosti před zdaněním a mimořádnými položkami</b>	235548	250236	265658
A.3.	Vyplacené úroky s výjimkou kapitalizovaných úroků			
A.4.	Přijaté úroky			
A.5.	Zaplacená daň z příjmů za běžnou činnost a doměrky daně za minulá období	25 641	29 262	33 112
<b>A.***</b>	<b>Čistý peněžní tok z provozní činnosti</b>	209907	220974	232546
<b>F</b>	<b>Čisté zvýšení nebo snížení peněžních prostředků</b>	209907	220974	232546
<b>R</b>	<b>Stav peněžních prostředků a ekvivalentů na konci účetního období</b>	259907	282974	308546

Tab. č. 9: Výkaz Cash-Flow ve zkráceném rozsahu

Na počátku mám peněžní prostředky ve výši 50000,-Kč, což je finanční rezerva, která je stanovená v zakladatelském rozpočtu.

## **4 Zhodnocení podnikatelského záměru**

Řada doporučení a zhodnocení je formulována již v samotném zpracování podnikatelského záměru. Ten je rozvržen takovým způsobem, aby jako projekt s nízkým rozpočtem měl šanci přežít a být životaschopný v pohledu do budoucna. S ohledem na to, zde uvedu jednotlivé kroky realizace a analyzována možná rizika projektu.

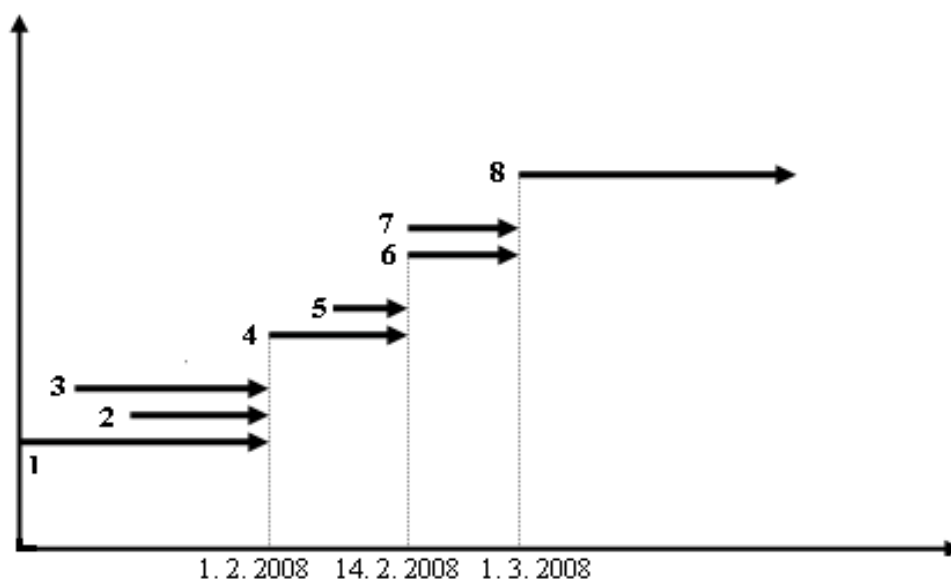
Finanční plán obsahuje návrh finančních zdrojů, které slouží při založení podniku a to jak k úhradě administrativy, tak k vytvoření věcných předpokladů, tedy veškerého zařízení, pronájmu apod. v prvním měsíci fungování firmy. Finanční plán dále obsahuje rozvahu, výkaz zisků a ztrát a výkaz Cash-Flow. Ty jsem zpracovávala na základě odhadů tržeb. Vidíme z nich, že by firma měla dosáhnout zisku již v prvním roce fungování firmy. Z ekonomického hlediska se můj projekt jeví jako perspektivní a podnik je tedy provozuschopný a je ho tedy možno navrhnout k realizaci.

### **4.1 Jednotlivé kroky realizace – harmonogram**

Harmonogram implementace znázorňuje jednotlivé kroky realizace nebo-li časový plán tohoto podnikatelského záměru. Poskytuje časové informace od zahájení, průběhu

Rozdělení jednotlivých kroků dle časového pořadí:

- 1) Zpracování podnikatelského záměru
- 2) Výběr vhodného místa pro provozování podnikání
- 3) Vyřízení všech administrativních záležitostí souvisejících s provozováním dané živnosti
- 4) Zahájení požadovaných úprav provozovny
- 5) Nákup potřebného vybavení a zařízení
- 6) Propagace společnosti
- 7) Uzavření smluvních vztahů a dohoda cen s právní kanceláří pro budoucí vypracování smluv, s poskytovatelem inzerce
- 8) Zahájení podnikatelské činnosti



Obr.č.6 : Harmonogram implementace

Některé kroky implementace nejsou závislé pouze na mě, ale i na druhých osobách, je tedy možné, že termín realizace nemusí být přesně dodržen. Jedná se především o dodávku potřebných zařízení, vybavení kanceláře apod.

## 4.2 Stanovení rizik

Nově vznikající podnik je ohrožován v tržním prostředí mnoha hrozbami. Rizika jsou nedílnou součástí podnikání. Rizika, s kterými se může nově zakládaný podnik setkat můžeme rozdělit například od následujících skupin:

- rizika ekonomická
- rizika politická
- rizika právní
- přírodní katastrofy

Ekonomická rizika bývají mnohem častější než rizika politická. Podnikatel nemusí správně odhadnout výši tržeb či potřebného kapitálu. Z tohoto důvodu se může stát, že se podnik může neúměrně zadlužit například půjčkou s vysokými úroky, nebo v nejhorším případě by mohl podnik zkrachovat. Takovéto situaci se dá předejít

například vypracováním tří variant při plánování finančních výkazů. Jsou to varianty pesimistické, optimistické a realistické. V mnoha případech je také velkým problémem mnoha začínajících podnikatelů to, že si pletou peníze v pokladně se ziskem.

V české republice nejsou politická rizika příliš častá, avšak některé zákony a předpisy se poměrně často mění bez včasné informační kampaně a v mnoha případech mají nové úpravy zákonů a předpisů také mezery a nejasnosti. Z této dostatečné neinformovanosti a neznalosti mohou vzniknout chyby například v administrativě podniku, na základě kterých může státní aparát podnik pokutovat. Vznikají tedy finanční škody, které může nově zakládaný podnik, či drobný podnikatel zvládat velmi obtížně. Je tedy třeba bedlivě sledovat veškeré připravované změny s časovým předstihem, abychom mohli být na ně připraveny až se uskuteční.

Právní rizika jsou zejména v oblasti realit velmi pravděpodobné. Podnikatel zakládající realitní kancelář má velkou zodpovědnost za probíhající prodej a pronájem nemovitostí. Je zodpovědný za bezproblémové zprostředkování, za správné znění smluv, za bezpečné převody peněz svým klientům. Člověk, který chce takovou firmu založit, tedy v tomto případě se jedná o mne, musí být zodpovědný, svědomitý, poctivý. Avšak mohou nastat případy, kdy zprostředkování nemusí proběhnout hladce bez problémů, je zde tedy i možnost zřídit si pojištění právní odpovědnosti. Musíme ovšem pečlivě zvážit jaká je návratnost těchto investic.

Do rizik přírodních katastrof můžeme zařadit například požár, povodeň apod. Tato rizika, pokud nastanou, vyžadují mimořádnou finanční investici, avšak ne vždy má podnikatel, avšak ne vždy má podnikatel dostatečně velké rezervy, aby tyto případné události mohl finančně pokrýt. Mohl by tak nastat stejný případ jako u ekonomických rizik v podobě zadlužení, nebo v horším případě bankrotu firmy. Na většinu rizik přírodních katastrof se lze pojistit a tím se finanční odpovědnost přesouvá na pojišťovnu dle výše smluvené částky.

## 5 Závěr

Tento podnikatelský záměr byl sestaven za účelem založení nové realitní kanceláře REALITY-KOM poskytující zprostředkovatelské služby v oblasti prodeje a pronájmu nemovitostí. Formu podnikání jsem zvolila živnost volnou. Ve svém vlastnictví, prostřednictvím kterého se mi sníží prvotní náklady, mám osobní automobil a mobilní telefon, které jsem do podnikání vložila.

Plán se skládá ze čtyř hlavních částí. První část se zabývá teoretickými poznatky, v druhé části je návrh podnikatelského záměru, ve třetí části je zhodnocení a ve čtvrté části je závěr. V první části jsem shromáždila a prostudovala teoretické zdroje poskytující informace pro vypracování podnikatelského záměru. Teoretické poznatky obsahuje vymezení termínu podnikatelský záměr, postup při jeho vypracovávání, dále obsahuje průzkum a analýzu podnikatelského prostředí prostřednictvím PEST analýzy, Porterovy analýzy a SWOT analýzy. Teoretická část také obsahuje marketingový plán, organizační plán, důležité údaje pro OSVČ a v neposlední řadě analýzu rizik. Na základě těchto teoretických poznatků jsem vypracovala vlastní podnikatelský plán.

Vlastní řešení podnikatelského návrhu začíná analýzou obecného okolí, Porterovou analýzou konkurence a analýzou silných a slabých stránek. Zde jsem zhodnotila stále více se zhoršující podmínky pro založení nového podniku, hlavně vzhledem ke zostřující se konkurenci v mém oboru podnikání, ale také kvůli stále více rostoucím nárokům na založení a vedení nového podniku jak ze strany státu, tak ze strany Evropské unie. Některé zákony a předpisy se poměrně často mění bez včasné informační kampaně a v mnoha případech mají nové úpravy zákonů a předpisů také mezery a nejasnosti. Je nutné tyto změny pečlivě a včas nastudovat a dodržovat. Z analytické části je patrné, že mými zákazníky a dodavateli, neboli kupujícími a prodávajícími, budou převážně obyvatelé Prostějova a okolí. Zejména bude většina tvořena spíše mladší generací, která je již na tento způsob zprostředkování prodeje zvyklá, oproti generaci starší. Také zejména starší generace častěji měla špatné zkušenosti s realitními kancelářemi, v době, kdy tento druh podnikání byl ojedinělý. Zákazníci byli v mnohých případech nespokojeni, jak s jednáním realitních makléřů, tak s nespolehlivostí, špatnými smlouvami, a v podstatné míře také s vyplácením peněz za



prodanou nemovitostí, kdy se prodávající museli v některých případech obrátit a i na soud. Vyjednávací síla dodavatelů, tedy prodávajících se stále zvětšuje a to hlavně z důvodu nenasycenosti z pohledu realitních kanceláří. Proávající této skutečnosti využívají a nechtějí podepisovat exkluzivní smlouvy, v některých případech nechtějí podepsat žádné smlouvy o spolupráci, a v dnešní době je stále rozrůstající trend zadávání prodeje své nemovitosti do několika realitních kanceláří zároveň. Po té nastává velký souboj, kde hraje velmi důležitou roli cena a rozsah inzerce. Možnost vstupu nových firem je ve své podstatě snadný a to nejen z důvodu nižších vstupních nákladů, ale i nízkými nároky na vzdělání či praxi při zřizování živnosti. Analýzou konkurence jsem dospěla k závěru, že konkurence v oblasti zprostředkování prodeje nemovitostí je poměrně velká.

Produktem realitní kanceláře REALITY-KOM je poskytování zprostředkování prodeje či pronájmu nemovitostí. Jedná se o služby související s prodejem a pronájmu nemovitostí jako jsou výpisy listů vlastnictví, pozemkové mapy, vklady na katastrální úřad, sepis smluv, inzerce prodávajících nemovitostí jak v tištěných formách, tak v elektronické podobě, provádění prohlídek dané nemovitosti, dopravu zájemců na tuto prohlídku, jednání s úvěrovými bankami apod.

Cena za mnou poskytované služby se budou odvíjet od tzv. výše provize. Tato provize slouží na pokrytí nákladů spojených jak s prodejem, tak s náklady na provozovnu apod. Výše provize se stanovuje v rozmezí 3% až 10% z ceny nemovitosti. Toto rozmezí je všeobecně udávané u většiny realitních kanceláří. Výše procenta se orientuje dle výše ceny prodávané nemovitosti.

Propagace mých služeb bude zajištěna formou letáčků, které se dají vylepit ve výkladech obchodů a nástěnkách a autobusech městské hromadné dopravy. Další formou letáčků budou malé inzeráty s poptávkou nemovitostí pro své klienty, které budou rozneseny do všech domů a bytů prostřednictvím České pošty. Vhodnou inzercí bude umístění inzerátu do místního tisku, využiji tedy týdeníku a to Prostějovského večerníku, který vychází každé pondělí. Reklamou mi také budou tzv. bannery, které budou vždy vyvěšeny na prodávané nebo pronajímané nemovitosti

Organizační plán mnou zakládané firmy není nijak složitý. Z počátku podnikání bych služby obstarávala sama. Postupem času, pokud bude firma prosperovat a v případě většího počtu zakázek, které bych nestačila zvládat sama, bych zaměstnala

jednoho zaměstnance, pro další rozšíření i více zaměstnanců, vše by se samozřejmě odvíjelo z objemu prodeje a pronájmu, tržeb, administrativy apod.

Finanční plán obsahuje návrh finančních zdrojů, které slouží při založení podniku a to jak k úhradě administrativy, tak k vytvoření věcných předpokladů, tedy veškerého zařízení, pronájmu apod. v prvním měsíci fungování firmy. Finanční plán dále obsahuje rozvahu, výkaz zisků a ztrát a výkaz Cash-Flow. Ty jsem zpracovávala na základě odhadů tržeb. Vidíme z nich, že by firma měla dosáhnout zisku již v prvním roce fungování firmy. Jsou zde však i rizika, které toto příznivé hodnocení mohou zhoršit. Většina těchto rizik je zhodnocena v příslušné analýze. Nejvýznamnějšími z nich jsou zostření konkurence na trhu a rostoucí moc zákazníků. Ale i přes tato rizika můžeme navržené tržby hodnotit jako reálné. Na základě ekonomického zhodnocení se můj projekt jeví jako perspektivní a podnik je tedy provozuschopný a je ho tedy možno navrhnout k realizaci.

V dalším výhledu do budoucna bych chtěla postupně firmu rozšiřovat o další pobočky v různých městech, okresech. Tyto pobočky by samozřejmě byly pod jedním stálým názvem firmy.

Cílem tohoto podnikatelského plánu je vytvoření fungující firmy vytvářející přiměřený zisk a vytvoření dobrého jména firmy hlavně prostřednictvím spokojenosti zákazníků. Tyto cíle jsou dle vypracovaného plánu realizovatelné, je však třeba jim věnovat dostatek času a vytrvalosti a energie.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] WÜPPERFELD, U. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. Přeložil Jiří Pondělíček. 1.vyd. Praha: Management Press, 2003. 159 s. Malé a střední podnikání. Přel. z: Business-Plan für den erfolgreichen start. ISBN 80-7261-075-9
- [2] FOTR, J. *Jak připravit optimální podnikatelský projekt*. 1. vyd. Praha: EUROVIA, 1992. 117 s. Knihovna manažera. Sv.2. Obsahuje bibliografii. ISBN 80-901186-0-7.
- [3] FOTR, J. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. 214 s. Manažer. Obsahuje bibliografii a věcný rejstřík. ISBN 80-901524-158-17.
- [4] VEJDĚLEK, J. *Jak založit nebo převzít podnik*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1997. 232s. Obsahuje věcný rejstřík a bibliografii. ISBN 80-7169-234-4.
- [5] BARROW, C. *Základy drobného podnikání*. Přeložil S. Jurnečka. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 1990. 200 s. Přel. z: Essence of small business. ISBN 80-7169-232-8.
- [6] KOTLER, P. *Marketing management*. Přeložil V. Dolanský. 1.vyd. Praha: Victoria Publising, 1995. 789 s. Obsahuje bibliografii, bibliografické odkazy a rejstřík. ISBN 80-85424-83-5
- [7] BANGS, D. H. *Průvodce podnikatelským plánováním*. Přeložila Hana Toušová. 1. vyd. Praha: Pragma, 1996. 116s. Přel. z: Business planning guide. ISBN 80-7205-047-8
- [8] Dedouchová, M. *Strategie podniku*, 1. vydání, Praha: C. H. Beck, 2001, 256 s. C.H. Beck pro praxi. Obsahuje bibliografii a rejstřík. ISBN 80-7173-603-4

## OSTATNÍ ZDROJE

- [9] AbcRedakce.cz. Jak vypracovat podnikatelskou rozvahu. [online], 2007, [cit. 2007-05-09] dostupné z: <<http://www.redakce.abchistory.cz/research-monitoring/podnikatelsky-plan.htm>>
- [10] Konjunktura.cz. PEST analýza. [online], 2007, [cit. 2007-05-09] dostupné z: <<http://www.konjunktura.cz/index.php3?w=art&id=561&rub=253&s=14k>>
- [11] Finance.cz. Spotřební daň. [online], 2007, [cit. 2007-11-03] dostupné z: <<http://www.finance.cz/dane-a-mzda/informace/dph-a-spotrebni-dane/spotrebni-dan/>>

- [12] Finance.Finanční kalkulatory - Daně a mzda. [online], 2007, [cit. 2007-11-03]  
dostupné z: <<http://www.finance.cz/dane-a-mzda/financni-kalkulacky/>>
- [13] Idnes.cz. První zásadní novela nového zákoníku práce. [online], 2007, [cit. 2007-10-19] dostupné z: <[http://zakony.idnes.cz/prvni-zasadni-novela-noveho-zakoniku-prace-fkb-/pracovnipravo.asp?c=A071010\\_000000\\_pracovnipravo\\_50674](http://zakony.idnes.cz/prvni-zasadni-novela-noveho-zakoniku-prace-fkb-/pracovnipravo.asp?c=A071010_000000_pracovnipravo_50674)>
- [15] Activewoman. Jak vypracovat podnikatelský záměr. [online], 2007, [cit. 2007-05-21] dostupné z: <<http://www.aktivni-zena.cz/index.php?m=3&mi=31>>
- [16] Úřad práce v Olomouci. Zpráva o situaci na regionálním trhu práce Olomoucký kraj PROSINEC 2007. [online], 2007, [cit. 2007-10-28] dostupné z:  
<[https://portal.mpsv.cz/sz/local/ol\\_info/statistiky/ol\\_statistika\\_kraj.doc](https://portal.mpsv.cz/sz/local/ol_info/statistiky/ol_statistika_kraj.doc)>
- [17] Měsíc.cz. Daň z příjmu fyzických osob. [online], 2007, [cit. 2007-10-28] dostupné z: <<http://www.mesec.cz/texty/dan-z-prijmu-fyzickych-osob/>>
- [18] Ministerstvo financí České republiky. Podpora podnikání. [online], 2007, [cit. 2007-11-17] dostupné z:  
<[http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/hs.xsl/statni\\_zav\\_ucet\\_32605.html?year=%20PRESENT](http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/hs.xsl/statni_zav_ucet_32605.html?year=%20PRESENT)>
- [19] Businessplan.cz. Postup při vypracování podnikatelského plánu. [online], 2007, [cit. 2007-03-23] dostupné z: <<http://businessplan.cz/postup-pri-vypracovavani-podnikatelskeho-planu/>>
- [20] Idnes.cz. Udelejte si průzkum trhu. [online], 2007, [cit. 2007-04-02] dostupné z:  
<[http://www.podnikani.idnes.cz/udelejte-si-pruzkum-trhu-0hn/firmy\\_rady.asp?c=A070102\\_140846\\_firmy\\_rady\\_vra\\_-47k](http://www.podnikani.idnes.cz/udelejte-si-pruzkum-trhu-0hn/firmy_rady.asp?c=A070102_140846_firmy_rady_vra_-47k)>
- [21] Jan ONDŘEJ. Role a postavení managementu pro vedení a strategii malého podniku. [online], 2006, [cit. 2007-04-13] dostupné z:  
<[is.muni.cz/th/50576/esf\\_m/DP.doc](http://is.muni.cz/th/50576/esf_m/DP.doc)>
- [22] Businesscenter.cz. Živnostenský zákon. [online], 2006, [cit. 2007-05-14] dostupné z: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/cast1.aspx>>
- [23] Český statistický úřad. Obyvatelstvo. [online], 2007, [cit. 2007-10-03] dostupné z:  
<[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/obyvatelstvo\\_lide](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/obyvatelstvo_lide)>

## **SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK**

HDP- hrubý domácí produkt

PEST- analýza politických, ekonomických, sociálních a technologických faktorů

SWOT- zhodnocení silných a slabých stránek podniku, hrozeb a příležitostí

OSVČ- osoba samostatně výdělečně činná

ÚP-Úřad práce

IČ- identifikační číslo

EU- Evropská unie

ČR- Česká republika

DPH- daň z přidané hodnoty

ČSSD- Česká strana sociálně demokratická

KDU-ČSL- Křesťanská demokratická unie- česká strana lidová

SZ- Strana zelených

ODS- Občanská demokratická strana

## SEZNAM VLOŽENÝCH OBRÁZKŮ

Obr.č.1: Postup při vypracování podnikatelského záměru.....	13
Obr.č.2: PEST analýza vlivu prostředí.....	20
Obr.č.3: Porterův model konkurenčního prostředí.....	22
Obr.č.4: Umístění provozovny v Prostějov.....	54
Obr.č.5: Logo zakládané firmy.....	55
Obr.č.6: Harmonogram implementace.....	62

## SEZNAM VLOŽENÝCH TABULEK

Tab. č.1: Počet trvale žijících a věkové rozložení v Prostějově.....	30
Tab. č.2: Struktura zaměstnanosti dle odvětví.....	30
Tab. č.3: Daňová politika.....	32
Tab. č.4: Nezaměstnanost.....	39
Tab. č.5: SWOT analýza.....	44
Tab. č.6: Zakladatelský rozpočet.....	57
Tab. č.7: Plánová rozvaha ve zkráceném rozsahu.....	58
Tab. č.8: Výkaz zisků a ztráty ve zkráceném rozsahu.....	59
Tab. č.9: Výkaz Cash-Flow ve zkráceném rozsahu.....	60

## **SEZNAM PŘÍLOH**

Příloha č.1: Koncept nájemní smlouvy

Příloha č.2: Koncept kupní smlouvy

Příloha č.3: Počet přijatých vkladů za rok 2007 a počet nemovitostí v městě  
Prostějov

## Nájemní smlouva o nájmu bytu

(dle § 685 a násl. občanského zák.v platném znění)

Níže uvedeného dne, měsíce a roku se smluvní strany:

.....  
dále jen pronajímatel

a

pan(i) .....

dále jen nájemce(i)

Spolu s nájemcem bude byt užívat .....

dohodli na této:

### **nájemní smlouvě**

#### **I.**

Pronajímatel je výlučným vlastníkem domu adresou..... v němž se nachází byt č. .... o velikosti ..... s příslušenstvím, v..... podlaží, sestávající se z .....pokojů, kuchyně, koupelny s WC, předsíně. Celková plocha obytných místností je ..... m2, podlahová plocha všech místností v bytě je .....m2. K bytu uvedenému náleží sklep o velikosti..... m2 nacházející se v..... uvedeného domu

#### **II.**

Nájem se uzavírá s účinností od.....na dobu určitou do.....

Smluvní strany se dohodly při dodržení všech povinností ze strany nájemce a ze strany pronajímatele na dvoutměsíční výpovědní lhůtě.

Smluvní strany se dohodly, že považují za podstatné porušení povinností ze strany nájemce opožděné placení nájemného a záloh na služby. Smluvní strany se dohodly, že nájemní vztah zaniká, pokud se nájemce dostane do prodlení se zaplacením nájemného nebo úhrady za služby delšího než 15 dní. Smlouva v tomto případě zaniká s účinkem od okamžiku porušení této povinnosti (ex nunc).

Při skončení nájmu je nájemce povinen byt vyklidit a předat pronajímateli se vším zařízením, vybavením a příslušenstvím ve stavu, v jakém ho převzal, s přihlédnutím k obvyklému opotřebení.

Nájemce je oprávněn dát byt nebo jeho část do podnájmu pouze s písemným souhlasem pronajímatele, jinak má pronajímatel právo od smlouvy odstoupit.



### III.

Nájemci se zavazují platit pronajímateli nájemné ve výši ..... Kč včetně všech služeb splatné vždy předem a to do ..... dne každého měsíce na účet pronajímatelů na účet pronajímatele – č.ú. ....vedeného u....., pobočka .....

Nájemné je uvedeno včetně měsíční zálohy cen za plnění spojená s užíváním bytu.

Skutečná výše cen a celkových záloh za jednotlivá plnění bude zúčtována pronajímatelem vždy za kalendářní rok zpětně, nejpozději do 14 dnů od převzetí vyúčtování pronajímatelem. Ceny služeb se stanoví a rozúčtují podle vyhl. č. 176/1993 Sb., ve znění pozdějších změn a doplňků a dle předpisů, na které tato vyhláška odkazuje.

### IV.

#### **Práva a povinnosti pronajímatele**

Není-li v této smlouvě mezi smluvními stranami sjednáno jinak, je pronajímatel povinen zejména :

1. předat nájemci byt na základě předávacího protokolu a poskytnout mu nezbytnou součinnost v souvislosti s tím umožnit nájemci a osobám, které žijí s nájemcem ve společné domácnosti, řádné užívání bytu a společných prostor a zařízení domu, jakož i požívání plnění, jejichž poskytování je s užíváním bytu spojeno. Odstraňovat závady bránící řádnému užívání bytu, nebyla-li povinnost k jejich odstranění při předání bytu výslovně sjednána jinak
2. Oprávněn provádět kontroly stavu pronajatých prostor, zejména v souvislosti s prováděním oprav a údržby domu. Vykonávat ostatní práva a povinnosti stanovené obecně závaznými právními předpisy, pokud nebylo výslovně v této smlouvě sjednáno jinak.

### V.

#### **Práva a povinnosti nájemce**

1. Nájemce a příslušníci jeho domácnosti jsou oprávněni užívat byt a společné prostory domu požívat plnění (služby), jejichž poskytování je s užíváním bytu spojeno, a to řádně, za úhradu a v rozsahu a za podmínek stanovených obecně závaznými právními předpisy. Přitom jsou nájemce a příslušníci jeho domácnosti povinni maximálně šetřit a chránit užívaný majetek a dodržovat dobré mravy, zejména dbát, aby v domě bylo vytvořeno prostředí zajišťující i ostatním nájemcům nerušený výkon jejich práv.
2. Nájemce je povinen hradit na vlastní náklady drobné opravy v bytě související s jeho užíváním a náklady spojené s běžnou údržbou bytu. Nájemce je dále povinen na vlastní náklady zajistit odstranění veškerých závad a poškození,

kteřá v bytě nebo v domě způsobil sám nebo ti, kdo s ním bydlí nebo se zdržují v bytě či domě s jeho souhlasem.

3. Stavební úpravy nebo jiné podstatné změny v bytě může nájemce provádět výlučně s předchozím písemným souhlasem pronajímatele a na své náklady; přitom je povinen dodržet beze zbytku ustanovení obecně závazných právních předpisů, této smlouvy, jakož i pravidel chování v domě (domovní řád apod.).
4. Nájemce není oprávněn bez předchozího písemného souhlasu pronajímatele přenechat byt nebo jeho část do podnájmu, převést nájem k bytu na jinou osobu ani byt využívat k podnikatelské činnosti (zřízení sídla podnikatelských subjektů, místa podnikání, provozoven apod.).
5. Veškeré změny, rozhodné pro výši nájemného a výši úhrad za služby spojené s užíváním bytu (počet členů domácnosti apod.) je nájemce povinen neprodleně ohlásit pronajímateli, jinak zodpovídá za škody tím vzniklé.
6. Hrubé porušení povinností ze strany nájemce zakládá právo pronajímatele na vypovězení nájmu v souladu s obecně závaznými právními předpisy.
7. Nájemce je povinen ke dni podpisu této smlouvy složit v hotovosti pronajímateli částku ve výši .....Kč jako jistinu k zajištění nároků pronajímatele vůči nájemci vzniklých z této smlouvy a první měsíční nájem na měsíc ..... ve výši .....Kč.
8. Použití jistiny je pronajímatel povinen nájemce písemně informovat. Přitom odpovídá za škodu vzniklou nájemci případným neoprávněným užitím jistiny. Jistina bude použita k úhradě pohledávek v tomto pořadí:
  - poplatky z prodlení a náhrada vzniklé škody
  - dlužné platby za služby spojené s užíváním předmětu nájmu
  - dlužné nájemnéV případě, že jistinu nebude nutno použít, bude vrácena nájemci po skončení nájemního vztahu nebo bude použita jako nájem na poslední měsíc před ukončením smlouvy.  
Složení výše uvedené jistiny je podmínkou účinnosti této smlouvy.  
Do doby složení této částky nelze nájemci předmět nájmu fyzicky předat.

## VI.

Nájemci se stavem pronajímaného bytu seznámili a dnem podpisu této smlouvy jej přebírají do společného nájmu na dobu určitou do.....

Byt přebírají bez závad způsobilý k okamžitému nastěhování a bydlení, což podpisem této smlouvy stvrzují. Po skončení nájmu se nájemci zavazují pronajímateli odevzdat byt ve stavu v jakém ho převzali s přihlédnutím k obvyklému opotřebení.

## VII.

Účastníci smlouvu přečetli, s jejím obsahem souhlasí, a na důkaz toho připojují své podpisy.

V .....dne.....

.....

podpis pronajímatele

.....

podpis nájemce

## Kupní smlouva

Smluvní strany:

2. ...., r.č. ....bytem  
.....

/jako a dále jen prodávající/

a

2. ...., r.č.  
.....bytem.....

/jako a dále jen kupující/

prohlašují, že jsou způsobilí k právním úkonům a uzavírají níže uvedeného dne, měsíce a roku v souladu s ust. 588 občanského zákoníku tuto k u p n í s m l o u v u:

### I.

Prodávající tímto prohlašují, že mají ve svém společném jmění manželů níže uvedené nemovitosti:

- 
- 

Uvedené nemovitosti jsou shodně zapsány v Katastru nemovitostí u Katastrálního úřadu pro ..... kraj, Katastrální pracoviště....., na LV č..... pro katastrální území a obec....., okres.....

Prodávající shora uvedené nemovitosti vlastní na základě....., vložené do katastru nemovitostí rozhodnutím Katastrálního úřadu v ..... pod .....

### II.

Prodávající touto smlouvou prodávají nemovitosti specifikované v čl. I. této smlouvy se všemi součástmi a příslušenstvím, jak tento stojí a leží, za dohodnutou kupní cenu ve výši.....,- Kč (slovy:..... korun českých) a to bez ohledu na cenu zjištěnou dle platných právních předpisů a znaleckého posudku.

Kupující tyto nemovitosti za uvedenou cenu kupuje a přijímá do svého výlučného vlastnictví.

### III.

Dohodnutá kupní cena ve výši .....- Kč bude uhrazena kupujícím na účet č: ....., vedeného u....., pobočka..... do .....

Smluvní strany podpisem této kupní smlouvy potvrzují, že se způsobem uhrazení kupní ceny vyjadřují svůj souhlas.

### IV.

Prodávající prohlašují, že nemovitosti prodávají bez jakýchkoliv břemen, právních závad a zástavních práv.

Prodávající dále prohlašují, že právo disponovat nemovitostmi uvedenými v čl. I. této smlouvy nemají žádným způsobem omezeno a ani mu není známo že by toto omezení mohlo nastat.

Prodávající dále prohlašují, že vůči nim nejsou vedena ani známa žádná soudní, rozhodčí či správní řízení, v důsledku kterých by nemovitost podle této smlouvy mohla být předmětem omezení převodu nemovitostí.

Kupující prohlašuje, že je seznámen s nabývacím titulem, včetně popisu.

Kupující prohlašuje, že se seznámil se stavem nabývaných nemovitostí, které jsou předmětem převodu dle této kupní smlouvy a tento stav je mu znám, nemá vůči němu výhrad.

Kupující prohlašuje, že jsou mu známy všechny okolnosti výše uvedené a že za kupní cenu uvedenou v čl. II. této smlouvy předmětné nemovitosti kupuje a přijímá jak stojí a leží.

### V.

Prodávající prohlašují, že do okamžiku podpisu této smlouvy neuzavřeli jinou smlouvu či smlouvu o budoucí smlouvě o převodu vlastnického práva k nemovitostem uvedeným v čl. I této smlouvy, ani je nedali třetí osobě do nájmu, ani je jinak nezatížili, a že jim není znám přechod vlastnického práva na třetí osobu, dále pak se zavazují, že neuzavřou jinou smlouvu o převodu vlastnického práva k předmětným nemovitostem, ani je jinak nezatíží po dobu platnosti a účinnosti této smlouvy.

### VI.

Smluvní strany se dohodly, že v případě, kdyby došlo v řízení o povolení vkladu vlastnického práva do katastru nemovitostí k pravomocnému zamítnutí návrhu na vklad nebo zastavení řízení o povolení vkladu, zavazují se pak prodávající a kupující odstranit nedostatky bránící vkladu vlastnického práva a bezodkladně podají nový návrh na zahájení řízení o povolení vkladu vlastnického práva kupujících, popřípadě uzavřou novou kupní smlouvu za stejných cenových podmínek, která by jejich vzájemný vztah odpovídajícím způsobem upravila.

## VII.

Smluvní strany se dohodly, že daň z převodu nemovitostí uhradí prodávající. Poplatky za vklad do katastru nemovitostí uhradí prodávající.

## VIII.

Tato kupní smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu smluvními stranami. Tímto dnem jsou smluvní strany vázány svými projevy vůle učiněnými v této smlouvě. Ostatní vztahy touto smlouvou neupravené se řídí Občanským zákoníkem.

## IX.

Tato smlouva je vyhotovena v devíti vyhotoveních z nichž po jednom obdrží účastníci, ostatní vyhotovení jsou určena pro příslušný katastrální a finanční úřad.

## X.

Účastníci této smlouvy žádají, aby na základě rozhodnutí Katastrálního úřadu pro ..... kraj, katastrální pracoviště..... o povolení vkladu vlastnického práva ve prospěch kupujícího byly v katastru nemovitostí pro obec ..... a katastrální území ..... zapsány změny vlastnických práv z této smlouvy vyplývající.

## XI.

Účastníci této smlouvy byli poučeni o tom, že vlastnictví na kupujícího přejde vkladem této smlouvy do katastru nemovitostí Katastrálního úřadu pro..... kraj, katastrální pracoviště.....

## XII.

Účastníci této smlouvy shodně prohlašují, že si tuto smlouvu před jejím podpisem řádně a úplně přečetli, že byla uzavřena po vzájemném ujednání podle jejich pravé a svobodné vůle, vážně, nikoliv v tísní za nápadně nevýhodných podmínek, že jednotlivá její ujednání jsou dostatečně určitá a jim srozumitelná, na důkaz čehož níže připojí své vlastnoruční podpisy.

V..... dne.....

Prodávající:

Kupující:

.....

.....

Katastrální úřad pro ..... kraj  
katastrální pracoviště .....

Adresa

V ..... dne .....

Věc:

**Návrh na vklad vlastnického práva do katastru nemovitostí**

Smluvní strany a navrhovatelé:

1. ...., r.č. ....bytem

.....

/jako a dále jen prodávající/

a

2. ...., r.č. ....bytem

.....

/jako a dále jen kupující/

n a v r h u j í :

vklad vlastnického práva do katastru nemovitostí ohledně nemovitostí a to:

-  
-

v katastrálním území ....., obec ....., okres .....

Nemovitosti jsou zapsané v katastru nemovitostí vedeném u Katastrálního úřadu pro  
.....kraj, Katastrální pracoviště ..... na LV č. ....

Mezi výše uvedenými navrhovateli byla uzavřena kupní smlouva, kterou výše  
uvedení prodávající prodali nemovitosti výše uvedené kupujícímu a ten je přijal do  
svého vlastnictví.

Na základě výše uvedeného navrhuje, aby Katastrální úřad pro  
..... kraj, Katastrální pracoviště ..... vklad povolil.

Prodávající:

Kupující:

.....

.....

Příloha: kupní smlouva 6x  
kolek 500,- Kč vylepen



## Počet přijatých vkladů za rok 2007

**ČÚZK** Nahlížení do katastru nemovitostí

KÚ pro Olomoucký kraj, Katastrální pracoviště Prostějov; 709

**Přehled přijatých řízení V za den 28.12.2007 - pátek**

Přehled o vyřizování návrhů na vklad práv do katastru nemovitostí umožňuje sledovat postup vyřizování konkrétního návrhu v kontextu s ostatními návrhy. Zpřístupnění těchto informací je v souladu s § 2 zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů.

KÚ pro Olomoucký kraj, Katastrální pracoviště Prostějov vyřizuje v současné době návrhy na vklad v průměrné lhůtě řízení o vkladech do katastru vyřizuje náš úřad ve lhůtě 20 dnů.

Vysvětlivky k terminologii užívané pro stav, ve kterém se řízení nachází, naleznete v nápovědě k aplikaci.

[předchozí den](#)

Číslo řízení	Datum přijetí	Stav
<a href="#">V-6047/2007</a>	28.12.2007 09:00	<a href="#">Zaplombováno</a>
<a href="#">V-6048/2007</a>	28.12.2007 09:40	<a href="#">Zahájení odesláno</a>
<a href="#">V-6049/2007</a>	28.12.2007 09:40	<a href="#">Zahájení odesláno</a>
<a href="#">V-6050/2007</a>	28.12.2007 09:40	<a href="#">Zahájení odesláno</a>
<a href="#">V-6051/2007</a>	28.12.2007 09:40	<a href="#">Zahájení odesláno</a>
<a href="#">V-6052/2007</a>	28.12.2007 09:40	<a href="#">Zahájení odesláno</a>
<a href="#">V-6053/2007</a>	28.12.2007 10:20	<a href="#">Zaplombováno</a>
<a href="#">V-6054/2007</a>	28.12.2007 10:45	<a href="#">Zaplombováno</a>
<a href="#">V-6055/2007</a>	28.12.2007 11:15	<a href="#">Zaplombováno</a>
<a href="#">V-6056/2007</a>	28.12.2007 11:15	<a href="#">Zaplombováno</a>
<a href="#">V-6057/2007</a>	28.12.2007 11:25	<a href="#">Zaplombováno</a>
<a href="#">V-6058/2007</a>	28.12.2007 11:30	<a href="#">Zaplombováno</a>
<a href="#">V-6059/2007</a>	28.12.2007 11:45	<a href="#">Zaplombováno</a>
<a href="#">V-6060/2007</a>	28.12.2007 13:25	<a href="#">Zaplombováno</a>

[následující den](#)

Hotovo

## Počet nemovitostí v městě Prostějov

- výňatek ze sčítání lidu

10. Domovní fond				13. Obydlené byty podle právního důvodu užívání a velikosti bytu						
Domy úhrnem				5981						
z toho domy obydlené				5520						
z úhrnu obydlených domů	rodinné domy		4163		z toho podle právního důvodu užívání	ve vlastním domě		4392		
	bytové domy		1241			v osobním vlastnictví		2414		
	domy podle vlastnictví	soukromých osob		4386		nájemní		3743		
		obce, státu		208		člena bytového družstva		4056		
		SBD		292		z úhrnu podle počtu obytných místností	1 místnost		2632	
	domy postavené	do 1919		860			2 místnosti		6942	
		1920-1945		1433			3 místnosti		6747	
		1946-1980		1932			4 místnosti		1510	
		1981-2001		1225			5+ místností		688	